



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais
Escola de Economia e Gestão

Ester de Jesus Pinheiro Pinto Ribeiro

**A missão das Universidades e o
Empreendedorismo Científico e
Tecnológico – As mulheres e os
Spin-offs académicos**



Universidade do Minho

Instituto de Ciências Sociais
Escola de Economia e Gestão

Ester de Jesus Pinheiro Pinto Ribeiro

**A missão das Universidades e o
Empreendedorismo Científico e
Tecnológico – As mulheres e os
Spin-offs académicos**

Trabalho de Projeto
Curso de Mestrado em Políticas Comunitárias e
Cooperação Territorial

Trabalho realizado sob a orientação da
Professora Doutora Ana Paula Marques

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO INTEGRAL DESTA DISSERTAÇÃO APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE.

Universidade do Minho, 30 de Abril de 2013

Assinatura: _____

Agradecimentos

Dedico este Trabalho de Projeto aos amores da minha vida, as minhas princesas Inês, Filipa e Sara, o meu marido Joaquim, que entre gestos, palavras e sorrisos, me deram força para ir sempre mais além.

À minha estimada orientadora, Professora Doutora Ana Paula Marques, de quem bons conselhos e palavras recebi, agradeço do fundo do coração o apoio e disponibilidade demonstradas ao longo deste trabalho, e a capacidade que possui em inculcar no estudante o espírito crítico e criativo numa maior aquisição e exposição dos conhecimentos.

A todos os professores que estiveram presentes durante o período de Mestrado (Escola de Economia e Gestão da Universidade do Minho; Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho; e Faculdade de Ciências Económicas e Empresariais da Universidade de Vigo), o meu agradecimento pelos conhecimentos transmitidos e por elevarem o meu valor académico, pessoal e profissional.

À Tecminho, Doutor Augusto Ferreira, especialmente à Doutora Helena Moura, e às senhoras empreendedoras (Doutora Conceição da Costa, Doutora Margarida Dourado e Doutora Isabel Araújo) que se disponibilizaram a responder ao questionário, o meu obrigado.

A mim, por acreditar. A Deus, por me acompanhar.

A Missão das Universidades e o Empreendedorismo Científico e Tecnológico

– As Mulheres e os *Spin-offs* Académicos

Resumo: Nos últimos tempos, o empreendedorismo é visto como uma oportunidade de inclusão profissional e social, e como um fenómeno capaz de ajudar no desenvolvimento económico da sociedade. Caracterizado como o motor da inovação e competitividade, o empreendedorismo representa 30% do número de empreendedores existentes na União Europeia. Apesar de metade do total da população da União Europeia ser mulher, só um terço possui um auto emprego ou começou um negócio. A União Europeia sofre de um défice de empreendedores mulheres comparativamente com os homens. Em Portugal o panorama persiste, sendo que, os homens são duas vezes mais propensos à criação de negócio que as mulheres, representando 10% do empreendedorismo masculino. Neste cenário, e apesar de terem um elevado nível de potencial empreendedor, os estudos revelam que as mulheres são as que enfrentam as maiores dificuldades na criação de um projeto de negócio, principalmente nas questões de logística (financiamento, tecnologias) educativa e cognitiva (grau de qualificação, áreas de conhecimento, perceção de oportunidades de negócio, resistência ao risco, etc.), e na relação de conciliação entre família e trabalho, em comparação com os homens.

O presente estudo está inserido no curso de Mestrado Interuniversitário e Internacional em Políticas Comunitárias e Cooperação Territorial, intitulado, *A Missão das Universidades e o Empreendedorismo Científico e Tecnológico – As Mulheres e os Spin-offs Académicos*, levado a cabo no Instituto de Ciências Sociais e na Escola de Economia e Gestão da Universidade do Minho.

Neste sentido, o trabalho de projeto segue o *design* de investigação de abordagem qualitativa, centrado num estudo de caso específico, designadamente, mulheres portuguesas que optaram estar ligadas a experiências empreendedoras e/ ou a projetos de *spin-offs* académicos de inovação científica e tecnológica, áreas importantes no fomento da competitividade económica e da inclusão social. Em termos gerais, e utilizando a técnica de entrevista semi-diretiva, o objectivo do presente trabalho consiste em aprofundar e compreender as principais motivações, obstáculos, oportunidades, representações e projetos futuros de mulheres envolvidas numa atividade empreendedora.

Palavras-chave: Universidade, Empreendedor(ismo), Inovação e Desenvolvimento, Mulheres, *Spin-offs*

The Mission of Universities and the Scientific and Technological Entrepreneurship

- Women and the Academic *Spin-offs*

Abstract: Lately, entrepreneurship is seen as an opportunity for professional and social inclusion, and as a phenomenon able to help in the economic development of society. Characterized as the engine of innovation and competitiveness, entrepreneurship represents 30% of the entrepreneurs in European Union. Despite half of the European Union total population being female, only one third has a self-employment or started a business. The European Union suffers from a shortage of entrepreneurs in the areas of innovation, science and technology. In Portugal, men are twice potential to create business comparing with women. They represent 10% of male entrepreneurship in national space. In this scenario, and despite having a high level of entrepreneurial potential, studies show that women are facing the greatest difficulties in creating a business project, especially in logistics issues (finance, technology) educational and cognitive (degree qualifications, areas of knowledge, perception of business opportunities, scratch resistance) and the relationship of reconciling family and work, compared with men .

This study was part of the Project Work of the Master in European Policies and Territorial Cooperation, entitled, “*The Mission of Universities and the Scientific and Technological Entrepreneurship - Women and the Academic Spin-offs*”, carried out at the Social Sciences Institute and the Economics and Management School, in University of Minho. The warning of this study is the emergence of calling the attention of universities to promote entrepreneurship innovation of science and technology for the development of new knowledge economy. In this sense, the work follows the model of qualitative research approach, focused on a specific case study, named women who chose to be linked to entrepreneurial experiences and/ or projects of academic *spin-offs*, in the areas of innovation and technology.

In general terms, and using the technique of semi-directive interview, the aim of this work is to deepen and understand the main motivations, obstacles and / or opportunities, and future projects representations of women involved in entrepreneurial activity in I&D - Innovation and Development areas.

Keywords: University, Entrepreneur(ship), Innovation and Development, Women, *Spin-offs*

Índice

Introdução.....	1
1. Globalização e a “nova economia”.....	4
1.1. Dinâmicas do ensino superior e ciência.....	5
1.1.1.As tradicionais missões: ensinar e investigar	6
1.1.2.A nova missão: produzir conhecimento.....	7
1.2. O lugar da ciência, tecnologia e inovação	9
1.2.1. Inovação e risco	11
1.2.2. Políticas e incentivos	12
1.2.3. Principais fundos estruturais de apoio	14
2. Emergência do empreendedorismo e o impacto na universidade	15
2.1. Mediatizar o conceito <i>Empreendedorismo</i>	16
2.2. Problematizar o <i>Empreendedor (ismo)</i>	19
3. Mulheres empreendedoras em contexto de (des)igualdade	22
3.1. Contextualizar a igualdade de género.....	22
3.2. Défice de empreendedoras na União Europeia.....	24
3.3. Estado do empreendedorismo português	26
3.4. Normativos de igualdade e diretivas de orientação	28
4. Universidade empreendedora e as empresas <i>spin-offs</i>	31
4.1. O conceito de <i>spin-offs</i> académicos.....	32
4.2. Os objetivos	33

5. Mulheres empreendedoras: vivências, processos e identidades	34
5.1. Questões prévias de definição do objeto empírico	34
5.2. Perfil das empreendedoras	35
5.3. Empreendedor(ismo): ser ou não ser	36
5.4. Família e trabalho: outros entraves	38
5.5. A visão das universidades à inovação.....	40
Considerações finais	43
Bibliografia geral.....	47
Anexos	53
Anexo 1. Guião de entrevista.....	55

Índice de Tabelas

Tabela 1.

Caracterização pessoal, académico e profissional das empreendedoras.....36

Introdução

A presente investigação pretende abordar o fenómeno do empreendedorismo como uma estratégia de inclusão no mercado de trabalho, mas igualmente como um fenómeno capaz de trazer um maior desenvolvimento económico e aumentar a competitividade dos países, e entre países. No contexto enunciado, a escolha do estudo justifica-se por várias razões, que passo a descrever.

Em primeiro lugar, pela importância de se alertar para o papel das universidades na emergência de um empreendedorismo de inovação científica e tecnológica, essencial na construção da nova economia do conhecimento. Numa sociedade económica onde o conhecimento, através do ensino, da investigação, da reflexão e da crítica, é a base essencial para o desenvolvimento dos países, é de todo relevante que chamemos as universidades para esta “missão”. Não abdicando dos seus princípios fundacionais, nem da sua dualista missão histórica e social, é necessário incluir no seu papel de educação a vertente empreendedora, preparando mentes criativas capazes de encontrar soluções para os problemas do futuro das sociedades. Assim, neste contexto, propomos a seguinte questão de partida: *Qual o papel das universidades no fomento ao empreendedorismo, principalmente nas mulheres e em áreas de inovação, ciência e tecnologia?*

Em segundo lugar, é crucial vincar o défice de empreendedores mulheres existentes na União Europeia e em Portugal, em sectores de inovação, como por exemplo, tecnologias de informação, engenharias, matemática, biotecnologia, comparativamente com os homens. Igualmente, é mencionado a importância em aumentar o número de mulheres em cargos de direção e gestão em empresas face à existência de um maior equilíbrio em género. Numa melhor compreensão ao que julgamos ser o empreendedorismo e a forma como este constitui uma nova estratégia profissional ou de desenvolvimento de carreira alternativa face ao contexto atual, importa também analisar, como as empreendedoras se veem a si nesse estatuto e quais são as características principais que associam a esta nova experiência profissional. Assim sendo, as questões de investigação que se colocam são as que se seguem:

- *Quais as principais motivações, obstáculos e/ ou oportunidades, que estão na base das opções das empreendedoras na criação de um auto emprego? Elas assumem uma vertente instrumental de responder a uma obrigação/ necessidade económica ou,*

pelo contrário, surge como uma solução social emancipadora e de realização profissional?

- Quais as vivências e construções de sentidos em relação a si no papel de empreendedora e na relação entre trabalho e vida familiar?

Entretanto, entendeu-se essencial “problematizar” o conceito de empreendedor(ismo), chamando autores das áreas da economia, sociologia e educação, para que possam dar sentido a uma teoria que, apesar de já ter raízes em tempos longínquos, parece não ser ainda consensual nos diversos debates que se fazem a nível académico. Neste sentido, parece-nos importante considerar duas visões mais debatidas: autores que defendem o empreendedorismo como uma teoria de valor social e cultural, relevante para compreenderem as dinâmicas de empresarialização e de construção de projetos profissionais autónomos; e autores que, pelo contrário, apresentam-no como uma ideologia legitimadora dos interesses económicos e políticos.

Para todos os efeitos, caracterizado como o motor da inovação e competitividade, o empreendedorismo representa 30% do número de empreendedores existentes na União Europeia. Apesar de metade do total da população da União Europeia ser mulher, só um terço possui um auto emprego ou começou um negócio. A União Europeia sofre de um défice de empreendedores mulheres comparativamente com os homens.

Em Portugal o panorama persiste, sendo que, os homens são duas vezes mais propensos à criação de negócio que as mulheres, representando 10% do empreendedorismo masculino.

Neste cenário, e apesar de terem um elevado nível de potencial empreendedor, os estudos revelam que as mulheres são as que enfrentam as maiores dificuldades na criação de um projeto de negócio, principalmente nas questões de logística (financiamento, tecnologias), educativa e cognitiva (grau de qualificação, áreas de conhecimento, perceção de oportunidades de negócio, resistência ao risco, etc.), e na relação de conciliação entre família e trabalho, em comparação com os homens.

No que refere à estrutura do trabalho de projeto, este apresenta-se constituído em 5 partes, ao que inclui seções complementares, nomeadamente, a presente introdução, as

normais conclusões, anexos e por fim os suportes bibliográficos. Assim sendo, passo a descrever brevemente as cinco partes:

Na primeira parte é feito um enquadramento do fenómeno da globalização e dos desafios que esta traz às universidades tradicionais face a um aumento do desenvolvimento económico e da competitividade. Relembramos aqui o papel educativo, de investigação e o da nova missão, nomeadamente, a produção de conhecimento canalizado pelas universidades para a sociedade.

Nesta parte, vinculamos a importância do lugar da ciência e da tecnologia, focando a inovação como sinónimo de investimento e de desenvolvimento, mas também como um potencial fator de risco. Ao contextualizar o autoemprego como uma solução de ingresso e/ ou regresso à vida profissional ativa, importa enunciar as políticas, os incentivos e os principais fundos estruturais de apoio ao empreendedorismo feminino, em termos nacionais e da União Europeia.

Na segunda parte, interligamos a emergência do empreendedorismo e o seu impacto nas universidades. As universidades mudam a sua forma tradicional de ensinar a ser e a aprender, para ensinar a ser e empreender. Outras questões abordadas são a mediatização da palavra empreendedorismo, relativamente importante numa melhor contextualização e interação entre os indivíduos e/ ou potenciais empreendedores, e numa melhor informação sobre políticas, normativos, instituições de apoio, etc.

O conceito de empreendedor(ismo) dentro dos princípios teóricos apresentados, chama alguns autores das áreas da economia, sociologia e educação para desmistificar um conceito já longínquo, contudo ainda pouco consensual.

As mulheres empreendedoras em contexto de igualdade assumem a terceira parte do trabalho. O alerta passa por contextualizar a igualdade de género e evidenciar o défice existente de empreendedoras nas áreas de inovação no espaço nacional e da União Europeia. Igualmente, importa relembrar ações, incentivos e diretivas de orientação numa maior informação e fomentação ao empreendedorismo feminino.

A quarta parte do trabalho está dividida entre o que se entende por uma universidade empreendedora, a importância dos *spin-offs* académicos em contexto de inovação e transferência de tecnologia, os objetivos destas empresas e a importância das mesmas na ligação entre a sociedade e o universo académico.

Finalmente, na quinta parte, é efetuada a análise ao conteúdo das entrevistas semi-diretivas realizadas às diplomadas empreendedoras (vivências, processos e identidades), enquadrando e sustentando o mesmo na problemática teórica do estudo. Neste ponto, são equacionados alguns aspetos como o perfil das diplomadas, a visão que as mesmas têm sobre as características das universidades inovadoras e que entraves, caso existam, encontram na relação de conciliação entre o trabalho e a vida familiar.

1. Globalização e a “nova economia”

A globalização não é um fenómeno novo. A globalização, vista como um fator de liberalização da economia internacional e de uma aceleração à revolução científica e tecnológica, traz consigo fenómenos capazes de colocar em causa a existência do princípio de igualdade de oportunidades para todos, conceito pressuposto nas sociedades democráticas.

No Relatório Delors (1996), a globalização é o fenómeno mais dominante da sociedade contemporânea e o que mais influência as pessoas na sua vida quotidiana. O mesmo relatório vinca, por exemplo, que na educação do século XXI devemos “aprender a viver juntos na *aldeia global* (McLuhman, 1967), onde todos se interligam entre si tecnologicamente, sem que tenham de perder as raízes culturais da sua identidade na sociedade (Castells, 1999). Aliás, é graças ao progresso tecnológico e científico que se criam novos desafios em prol de uma sociedade economicamente mais sustentável e socialmente mais inclusiva, mas também que surgem os maiores riscos e incertezas, próprios do desenvolvimento e da inovação.

A construção e a sobrevivência da sociedade baseada no conhecimento só são possíveis tendo como princípios a “investigação, o espírito crítico e a criatividade do homem.” (Wallerstein, 2001 *apud* Bernheim, 2008: 23). Assim sendo, numa “economia onde a única certeza é a incerteza, apenas o conhecimento é fonte segura de vantagem competitiva” (Nonaka, 2000:28) e “ (...) fonte essencial na compreensão do mundo em que vivemos, quer pela coesão social e pela governação, quer pela consequente melhoria da qualidade de vida dos indivíduos.” (Rodrigues, 2004: 87)

A centralidade das crescentes exigências e controvérsias da sociedade aceleram a introdução de novos desafios que, no caso das universidades, passa pela criação de uma nova missão voltada ao desenvolvimento económico, humano e intelectual da

sociedade. A vida dos povos e das regiões depende da capacidade das universidades de conseguirem integrar os indivíduos nas suas diversas formas de pensamento, acção e produção na sociedade. As universidades, conceituadas como sendo por excelência o maior espaço educativo, formativo, cultural, de investigação e conhecimento da sociedade, são chamadas a fomentar o desenvolvimento e a inovação científica e tecnológica numa maior competitividade económica, mas igualmente, a contribuir para a inclusão social.

1.1. Dinâmicas do ensino superior e ciência

A tentativa de ir ao encontro de uma universidade mais flexível e com capacidade de adaptação às transformações é um desafio que muitas instituições continuam a enfrentar ainda hoje. De acordo com Etzkowitz & Leysdorf (1997), a revolução académica deu-se em dois tempos. No primeiro período, as universidades assumiam em paralelo ao ensino a função da investigação. No segundo tempo, e face à globalização das políticas no ensino superior, as universidades acrescentaram às vertentes do ensino e da investigação, a vertente do desenvolvimento económico (idem).

Nesta linha de ideias, aos modelos tradicionais de aprendizagem emergem novas teorias baseadas no aprender para investigar e fazer, pois, é na criatividade e na capacidade de inovar que surgem as novas oportunidades. As universidades são consideradas por excelência espaços de produção do conhecimento e, assim sendo, devem interligar-se em princípios dialéticos que estimulem a coesão social e a liberdade académica e profissionalizante. Nesta realidade, e apesar das reduzidas verbas de financiamento com que se deparam nos dias de hoje, a dinâmica das universidades passará pela capacidade de orientar a educação e a investigação nos princípios da qualidade e do direito de igualdade de oportunidades, fomentando, desta forma, a criação de novos projetos inovadores capazes de darem um impulso à nova sociedade económica do conhecimento.

Contudo, e dentro desta perspetiva, Clark (2003) alerta para a necessidade de identificar alguns elementos que endereçam questões críticas do processo de mudança, nomeadamente, uma gestão forte e coerente na busca de uma maior conciliação entre os novos valores gerenciais e os valores académicos tradicionais, o estímulo ao desenvolvimento de novas estruturas e mecanismos institucionais que permitam atender positivamente a estas novas exigências. A solução poderá passar pelos centros de

pesquisa interdisciplinares e ambientes de inovação científica e tecnológica, a ampliação e diversificação das fontes de financiamento (idem).

A cultura empreendedora científica envolve a existência de relações de confiança e segurança entre os envolvidos e a conciliação sustentável e rigorosa das três missões da academia, especificamente, educar, investigar e produzir conhecimento, que as universidades assumiram trabalhar a favor de uma sociedade economicamente inovadora. No cérebro das universidades e num intercâmbio entre docentes, estudantes e instituições, constrói-se a sociedade do conhecimento num plano de trabalho nacional, transnacional e internacional. Por outras palavras, a maior sustentabilidade das universidades, poderá estar no estímulo a estudantes e docentes a participarem no processo de mudança, desenvolvendo assim uma cultura empreendedora, assentes em princípios críticos e de reflexão.

1.1.1. As tradicionais missões: ensinar e investigar

O papel das universidades e a sua ligação ao universo de trabalho traz à discussão pública a necessidade de adequação de uma formação teórica e prática na qualificação dos estudantes face aos novos e importantes desafios que o empreendedorismo coloca na nova sociedade do conhecimento. Assim sendo, torna-se relevante que as universidades sejam capazes de (re)definir estratégias e criar instrumentos e técnicas capazes de estimular o “espírito” empreendedor de cariz inovador nos estudantes.

Neste sentido, os autores Winslow et al. (1997) e Singh (1990) expressam que existe a necessidade de “abandonar” as formas mais tradicionais de ensinar e os métodos de avaliação para se passar a adotar métodos não convencionais (*apud* Moreira, 2009: 79). Aliás, Singh (1990) enfatiza a sua posição dizendo que a educação tradicional retrai a inovação e focaliza a necessidade de reorientar e avaliar o sistema escolar superior, como método empreendedor e fomentador de uma cultura científica (idem). Os objetivos das universidades na educação ativa dos estudantes devem estar sustentados em pilares de desenvolvimento e de fomentação das potencialidades individuais e sociais, de forma que cada um consiga acompanhar uma sociedade europeia cada vez mais exigente no futuro. Se, por um lado, a atitude e a forma de quem ensina deve estar subjacente numa constante acumulação de conhecimentos e virada para a criatividade e inovação; por outro lado, o estudante tem de estar consciente e

alerta às novas exigências da sociedade para o mercado de trabalho, cada vez mais condicionado pelas competências especializadas e sociais. Assim sendo, devem os estudantes apostar na flexibilidade e sociabilidade das suas competências.

Desta forma, as universidades acabam por ser responsáveis pela formação de profissionais face às exigências da sociedade, onde educar é sinal de elevar os conhecimentos dos indivíduos e prestigiar as instituições dentro de um plano económico, cultural, social e educativo. O papel da educação das instituições do ensino superior e dos profissionais envolvidos pode também passar por incentivar os estudantes na criação de um negócio, de forma a dotá-los na criatividade e independência, mas também, na consciencialização dos riscos ao assumir um auto negócio. Contudo, a criação de negócio não funciona por si só com a educação, mas sim em complemento com a investigação, pilar fundamental no fomento à reflexão e ao espírito crítico dos indivíduos.

Segundo Audy e Morosini (2006), o conhecimento apresenta-se numa dinâmica entre dois vetores, nomeadamente, o de reflexão e o de ação. O conhecimento tem o poder de revolucionar e reformular o espaço das universidades, onde os princípios do saber comum antigos associam-se aos valores de inovação científica e tecnológica. (idem).

Independentemente da sua conceção histórica e geográfica, os modelos de ensino das universidades emergem dentro dos princípios do pensamento de investigação, reflexão e crítica, e sustentados em debates nas mais variadas temáticas. As universidades transformaram-se de instituições centradas basicamente no ensino, em comunidades globais que combinam os seus recursos humanos e instrumentos de ensino nas áreas de investigação e produção de conhecimento público. Assim sendo, passamos para o ponto seguinte, onde é feita a sustentabilidade da importância da nova missão das universidades no fomento à economia do conhecimento e no aumento da competitividade dos países, e entre países.

1.1.2. A nova missão: produzir conhecimento

Ao longo dos tempos a multidisciplinariedade nos campos de trabalho foi-se alterando e moldando, de tal modo que alguns modelos tradicionais das formas e

atitudes de ensino acabam por estar descontextualizados face às exigências da nova sociedade global.

Etzkowitz (1998), sustentado na crítica de Jenks & Riesman (1968), aborda as mudanças a que as universidades têm sido expostas desde a sua criação. As mesmas passaram por situações paradigmáticas e complexas, mas, igualmente, se destacaram pelos novos mecanismos e formas de interação triangular - universidades, empresas e governos - como uma forma de sobrevivência e subsistência. (*apud* Etzkowitz, 1998).

A nova realidade das universidades mostra que a aquisição do conhecimento não está vinculada ao espaço das instituições de ensino universitário, nem a um único período de tempo. Entre o modelo tradicional e as parcerias “triangulares”, a produção do valor do conhecimento sustenta-se numa dupla pragmática: por um lado, há uma avassaladora evolução da sociedade que, vivendo hoje uma crise económica, nos arrasta para os problemas sociais como o desemprego, a pobreza, a ignorância, a exclusão social; por outro lado, existe a capacidade de resposta das universidades em contrariar os problemas que Audy & Morosini (2006) explicam estar subjacentes num “paradigma trio-dimensional” de poderes: o poder político, o económico e o cultural (*idem*:80-81).

Num século onde a cultura se assume globalizada fortemente destruidora dos valores educacionais e sociais, as universidades devem questionar e rever o seu papel de forma a obter respostas capazes de dissimular a manipulação do conhecimento, melhorando aptidões e competências dos estudantes e qualificando o ensino nas instituições.

Nesta linha de ideias, existe a necessidade de analisar os dilemas e paradoxos para melhor compreender o que se está a passar na sociedade educacional, onde os discursos dos protagonistas da educação parecem estar “encenados” a estratégias micro e macroeconómicas. Aliás, segundo Whitty & Power (1997, 2002), o sentimento da existência de “comercialização” da educação dentro de valores economicistas, parecem ter falado mais alto e sobrepuseram-se aos valores de domínio público, reduzindo assim a igualdade de oportunidades aos cidadãos (*apud* Tunnermann, 2008:130-131).

O conceito de universidade do conhecimento deve estar alicerçado na procura do conhecimento original, ativo, útil e fora de todos os dogmatismos existentes. As

relações entre os diversos indivíduos e outros parceiros devem ser alimentadas dentro de valores de confiança, transparência e verdade no compromisso humano e intelectual. A obra *Filosofia da Educação* de Mosquera (1990) vinca a necessidade de a produção do conhecimento estar sustentada em duas vertentes, o da sobrevivência e o do compromisso com o humano (*apud* Audy e Morosini, 2006).

Nesta perspectiva, podemos dizer que instrumentos potencialmente desafiadores do conhecimento como a comunicação e a informação, impuseram às universidades um novo local na aquisição do conhecimento, disponibilizando o acesso a vastos recursos investigação e técnicas de pesquisa, tanto para os estudantes, como para os docentes e investigadores. As redes sociais e tecnológicas ocupam quase na totalidade esse mesmo espaço, onde a investigação e a pesquisa passam a ser adquiridos e difundidos numa vertente global. A universidade passa a estar sustentada numa perspectiva de universalidade do saber e numa relação de conciliação entre ciência e sociedade.

Marcovitch (2002:49) expressa que, “hoje, a universidade vive a aquisição do conhecimento a uma velocidade avassaladora comparada com tempos anteriores, na medida que as plataformas digitais rapidamente o expandem e o tornam disponível em termos globais” (*idem*). O conhecimento está no cerne das questões dos nossos dias, sendo que o mesmo pode e deve ser feito dentro de uma complementaridade de utilização das novas tecnologias de informação e comunicação onde os estudantes são estimulados a criar e construir o conhecimento de inovação, dentro da vertente académica “saber para ser e empreender”. (Lima, 2012)

A nova realidade mostra que a aquisição do conhecimento não está associada a um único espaço e período de tempo. O conhecimento é algo sustentável e prolongado ao longo da vida – *life Long knowledge* – que enalte a qualidade educacional e profissional dos cidadãos e, assim sendo, deve ser encarado como um desafio ao interligar a ciência, a tecnologia e a inovação.

1.2. O lugar da ciência, tecnologia e inovação

A ciência e a tecnologia são temas centrais de debates éticos e políticos no cenário do desenvolvimento da sociedade, na medida que ambas representam a fomentação da educação e do desenvolvimento humano, nas áreas de inovação em geral. Aliás, os avanços na ciência sempre se refletiram em mudanças significativas nas forças

produtivas (Sáenz & Capote, 2002). A ciência fomenta-se com a investigação e possibilita o desenvolvimento de todo um trabalho de criatividade e de inovação capaz de aumentar o conhecimento e a reconstrução da sociedade, sem rejeitar os lucros das ciências e tecnologias (idem).

É à ciência que cabe promover a interação e a comunicação entre os cidadãos, com o objetivo de fomentar um espaço de valorização cultural e de qualificação social. Na realidade, não é novidade que a ciência ocupa um papel fundamental nas sociedades e que é decisiva numa maior desenvoltura da economia. Igualmente, e associada às tecnologias de comunicação, a ciência é o principal motor de expansão nas formas de pensar, orientar e criar ações, pois ajuda a articulação de conhecimentos mais técnicos na sociedade civil.

Na busca de novas práticas ao conhecimento já existente e no encontro de uma maior competitividade e sustentabilidade económica aparece a tecnologia, que vincula a “exigência” e a busca de novas técnicas e aplicações. O desenvolvimento da tecnologia pressupõe “a existência de um conjunto de conhecimentos científicos e empíricos, de habilidades, experiências e organização requeridos para produzir, distribuir, comercializar e utilizar bens e serviços. Inclui, também conhecimentos teóricos, meios físicos, *know how*, métodos e procedimentos produtivos, gerenciais e organizacionais” (Sáenz & Capote, 2002).

No que respeita à inovação, sabe-se que surge como uma resposta aos problemas económicos da sociedade. A inovação é um conceito vinculado e associado às áreas científicas e tecnológicas da qual fazem parte a investigação e a experimentação. A criatividade aparece como a solução na busca e no desenvolvimento de novos produtos e técnicas que, através do desempenho de pessoas, adicionam um novo valor de agregação às instituições, às universidades e, conseqüentemente, à sociedade. Neste sentido, a inovação remete sempre para a vertente de qualificação e na melhoria contínua de algo. O conceito “inovar” é visto como uma forma de melhorar a qualidade do ensino, aperfeiçoar técnicas e, ainda, aumentar o número de qualificados a novos processos de “apreender e de empreender” (Lima, 2012), nas universidades.

A capacidade de inovação de algumas instituições, empresas e indústrias, face a uma maior dominação e controlo de mercado, origina novas formas de competitividade que só ocorrem se existir uma mudança no sistema tecnológico de

determinado produto e/ ou processo de utilização do mesmo. A inovação ocorre quando há necessidade de responder socialmente à sociedade, quer pela vertente de capacidade científica e tecnológica, quer pela existência e disponibilidade de recursos , nomeadamente, os recursos humanos, intelectuais e materiais.

Nesta perspetiva, Ernest & O'Connor (1989) expressam que “(...) as mudanças tecnológicas não podem ser separadas dos diversos contextos associados, nomeadamente das estruturas dos mercados, das formas de competição e regulação social, qualidade da educação e do trabalho humano (idem:20).

Os ambientes de inovação são proporcionados por novos mecanismos ou processos para atender às novas exigências da sociedade e, desta forma, as universidades enquanto centros de fomentação de conhecimento são instituições cruciais na criação deste contexto, quer quando inserida num ambiente de incubação tecnológica numa instituição do ensino superior, quer no espaço tradicional das empresas. Num mundo moldado pelas tecnologias, a ciência começou a ser vista como o motor essencial de desenvolvimento económico e um marco de progresso social. Contudo, e quando enunciamos a ciência obrigatoriamente falamos sobre inovação, esta traz consigo riscos e incertezas associados aos aspetos de negócio, mas igualmente à criação do desenvolvimento humano e social. Assim sendo, passaremos ao ponto seguinte como uma forma de contextualizar a ligação entre o ato de inovar e o risco que este acarreta.

1.2.1. Inovação e risco

Nos dias de hoje, as sociedades contemporâneas democráticas continuam a lutar contra os riscos e as incertezas próprios de uma comunidade em transformação. Aqui, a inovação parece ser a solução para colmatar os problemas económicos, financeiros e sociais da nação. Neste sentido, e observando a relação entre educação e inovação, temos de ter em conta duas visões: uma perspectiva liberal que defende a inovação além fronteira e como uma oportunidade de criar novos negócios; e uma perspetiva de linhas políticas mais proteccionistas, que retrai a relação entre os diferentes *stakeholders* e culturas científicas. Aqui, o objectivo é reduzir os riscos que possam surgir da inovação além fronteira.

Uma das questões importantes quando falamos de inovação é efetivamente a questão do “risco” (Drucker, 1970) que, considerado um “requisito” descontrolado coloca em causa a sobrevivência das instituições e dos cidadãos. Os processos de inovação estabelecem uma cultura de risco própria do ambiente “inovar” e, assim sendo, quanto maior o grau de inovação mais elevado será, sem dúvida, a intensidade de risco do projeto.

Segundo Brown (2005), o risco é uma das condições essenciais para que a inovação ocorra e próprio de todo um processo de mudança, radical ou não, que deve ser trabalhado de forma sistemática e preventiva (*apud* Audy e Morosini, 2006), pois, numa “(...) sociedade de informação, não só a intervenção da produção tecnológica acarreta riscos, como também as mudanças sociais e familiares estão associadas a esse mesmo risco” (Beck, 1999: 112). Assim sendo, e assumido na própria debilidade política em termos inovação das sociedades contemporâneas, o risco pode ser financeiro e/ ou social (*idem*). Nestes casos, a sua proporcionalidade pode ter de estar sustentado na introdução de estratégias políticas de incentivo. A realidade é que, quando os cidadãos escolhem a via empreendedora, principalmente em áreas de elevado investimento financeiro como é o caso da área das ciências, tecnologias e engenharias, tornam-se alvos muito próximos do risco, sujeitando, igualmente, a sua própria família.

Face à perspetiva apresentada, devemos todos – União Europeia, governos, universidades, docentes, estudantes e investigadores - pensar em formas de exigir uma maior avaliação de propostas e de as antecipar e prevenir, na necessidade de monitorizar um maior desvio ao risco, através de políticas e incentivos à I&D - Inovação e Desenvolvimento.

1.2.2. Políticas e incentivos

Ao longo das décadas, como já mencionado, a União Europeia tem contribuído substancialmente em conceitos estratégicos capazes de fomentar a inovação e a internacionalização da excelência do ensino europeu, nomeadamente, no reconhecimento das qualificações adquiridas pelo mercado de trabalho europeu. Neste campo existe uma série de políticas comunitárias, cujos incentivos são dotados para uma ciência empreendedora, de investigação e inovação, e de desenvolvimento.

As políticas da União Europeia tem como objetivos conseguir estimular a economia e captar competências e conhecimentos na vida profissional e pessoal dos indivíduos. É neste sentimento que estão os pilares estratégicos da Europa 2020¹ que, por sua vez, assentam nas vertentes do crescimento inteligente, sustentável e inclusivo. Estas três prioridades, deverão ajudar a União Europeia e os Estados-Membros a aumentar a oferta de emprego, a produtividade e a coesão social. A título do já mencionado, cada Estado-Membro tem de adotar os seus próprios objetivos nacionais em cada uma dessas áreas que, por sua vez, são apoiadas por ações específicas a nível nacional e da União Europeia. Assim sendo, passamos a descrever algumas dessas ações:

O *EF 2020 - Educação e Formação para 2020*, criado em 2009 com “linhas” do quadro da *Estratégia de Lisboa*, têm na sua base geral a cooperação global da União Europeia em educação e formação. A ideia estratégica é colocar os países a trabalhar em conjunto, contribuindo com políticas cujos objetivos são melhorar a qualidade e eficiência da educação e formação, promover a coesão social e de cidadania ativa e a equidade, aumentar a criatividade, a inovação, e o empreendedorismo, e tornar a aprendizagem ao longo da vida e da mobilidade, uma realidade.²

O *RI35 - Research Intelligent* - é um programa de estratégia inteligente de desenvolvimento regional, com fundamentos políticos e económico, que visa apoiar a excelência científica regional e a inovação baseada na sua prática. O objetivo é investir na investigação e na inovação em todos os Estados-Membros e em regiões mais desfavorecidas no espaço da União Europeia. O atual sistema de financiamento que atua a vários níveis, garante recursos financeiros e redefine os vários programas existentes (internos e externos), de forma a tentar garantir uma maior rapidez no alcance da competitividade entre instituições.³

Por último, e no fomento à inovação e ao desenvolvimento, temos o *Horizon 2020*, um programa-quadro que utiliza orçamento de investigação da Comissão Europeia para desenvolver e compartilhar o conhecimento das questões de inovação científica e tecnológica.

¹ Disponível em http://ec.europa.eu/europe2020/index_pt.htm

² Disponível em http://europa.eu/legislation_summaries/education_training_youth/general_framework/ef0016_pt.htm

³ Disponível em http://europa.eu/legislation_summaries/education_training_youth/general_framework/ef0016_pt.htm

Os programas estratégicos anunciados não atuam por si só, e na sua complementaridade temos os tão “milagrosos” fundos estruturais de apoio, cedidos pela União Europeia para fomentar e/ ou colmatar situações com maior emergência de atuação nacional e regional.

1.2.3. Principais fundos estruturais de apoio

Os excessos económicos e financeiros, nomeadamente, a excessiva oferta de crédito a clientes de risco por parte instituições bancárias e/ ou crédito, a oferta de taxas de juros reduzidas e a realização de compras acima das possibilidades por parte dos consumidores, entre outras razões, tiveram graves implicações no funcionamento da sociedade. Algumas dessas implicações foram sentidas na redução da produtividade e dos salários, na falência de empresas e no aumento do número de desempregados que, consequentemente, gerou um ambiente de desigualdades e de exclusão social.

Face a esta nova conjuntura económica e social, a União Europeia reagiu com novas estratégias políticas, através da “injeção” de milhares de milhões de euros na economia para impulsionar a procura e restabelecer a confiança dos mercados, de forma a garantir a estabilidade do sistema financeiro. De forma a equilibrar um sistema económico em “decadência”, os Fundos Estruturais⁴ surgiram como instrumentos de solução financeiros da União Europeia. Os principais objetivos são reduzir as disparidades e contrariedades existentes e aumentar a prosperidade dos níveis de vida entre regiões e populações, promovendo, assim, a coesão económica e social na europa. A sua ação centra-se na luta e prevenção contra o desemprego e na qualificação dos trabalhadores e das empresas, de forma a estarem mais aptos a enfrentar os novos desafios e evitar a exclusão do mercado de trabalho dos cidadãos.

Os referidos fundos, descritos a partir do parágrafo seguinte, visam a concretização dos objetivos da *Estratégia de Lisboa*, sendo a base operacional da Política Estrutural de Coesão da União Europeia.

O FSE⁵ - *Fundo Social Europeu* - criado em 1957 quando do Tratado de Roma - é a estrutura de apoio mais antigo e o principal instrumento financeiro da União Europeia. Os seus objetivos centram a luta contra o desemprego, a integração social no mercado de trabalho, a igualdade entre homens e mulheres, o combate à exclusão social, o

⁴ Disponível em

http://europa.eu/legislation_summaries/glossary/structural_cohesion_fund_pt.htm

⁵ Disponível em <http://ec.europa.eu/esf/main.jsp?catId=394&langId=pt>

desenvolvimento sustentável e a coesão económica e social. Em termos nacionais, a urgência de resolução de um dos mais graves problemas atuais na sociedade, como as elevadas taxas de desemprego, leva à prioridade de se (re)definir criar políticas de apoio por parte da União Europeia à criação do auto emprego.

O *FEDER*⁶ - *Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional* - apoia desde 1975 a realização de infra-estruturas e investimentos produtivos geradores de emprego, nomeadamente, destinados às empresas. O respetivo Fundo financia infra-estruturas, investimentos produtivos para criar emprego, projetos de desenvolvimento local e ajudas às PME (Pequenas e Médias Empresas). O sucesso da implementação das estratégias pela União Europeia passará, igualmente, por implantar estratégias de supervisão face a uma melhor gestão, orientação e fiscalização dos resultados obtidos e, ainda, um maior equilíbrio e sucesso global das mesmas.

Em termos nacionais, relembremos o *PNE - Plano Nacional de Emprego* - criado em 2003 e tendo vigorado entre 2005-2008, apareceu como uma forma de fomentar a criação do auto emprego e como uma tentativa de colmatar alguns insucessos que imperavam a nível nacional. Contudo, o fraco impacto e a fragilidade de planos anteriores no fomento ao espírito empreendedor revelaram “a falta de capacitação de formulação de projetos, de autonomia na organização do trabalho, de atitudes pró-ativas no mercado de trabalho, enfim, um conjunto de características que reduzem consideravelmente o contributo do sistema educativo para os objetivos de promoção ao espírito empresarial”. (MSST, 2003:41)

O incentivo à empregabilidade e o aumento do número de novas empresas ganham um novo impulso, na medida que dentro do quadro da Estratégia Europa 2020 os resultados são contribuir para questões fundamentais relacionadas com a igualdade de oportunidades entre homens e mulheres no processo orçamental da União Europeia.

2. Emergência do *Empreendedor(ismo)* e o impacto na universidade

Numa sociedade cada vez mais global e globalizante, de fortes mudanças sociais, é crucial aumentar o número de empreendedores de base científica e tecnológica, um princípio de elevado valor para o desenvolvimento económico e a equidade social que,

⁶ Disponível em

http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/job_creation_measures/l60015_pt.htm

face às constantes e complexas transformações da sociedade, exige outras novas iniciativas e competências dos indivíduos. O desenvolvimento tecnológico, principal responsável pelas mudanças e transformações, fornece estímulo e cria a visão para o espírito empreendedor e inovador na sociedade. Assim sendo, as universidades e as pessoas buscam novas orientações nas suas vidas pessoais, tentando realizar também novas conquistas profissionais.

A visão do mundo empresarial na criação do auto emprego é visto como uma componente importante para o crescimento da economia nas sociedades, mas também como uma questão de (re)formulação educacional e social, principalmente das mulheres. Aqui, as universidades devem promover uma cultura científica, empreendedora, permanente, flexível e voltada para a vertente das ciências e tecnologias, e da inovação, como uma forma de prolongamento da vida social e profissional (qualificada) dos alunos e dos diplomados. Desta forma, intervir significa criar novas orientações, regras, normas e valores de referência que permitam o auto emprego do empreendedor(a) no espaço público. Assim, “a maneira de uma universidade contribuir para o progresso social é justamente elevando seus níveis académicos, mantendo atualizado os projetos de desenvolvimento do ensino, aumentar o número de cientistas e profissionais bem capacitados para esboçar soluções para os problemas do país, e empregar recursos de forma mais prática” (Vargas Llosa, 1985: 365).

Impulsionar e incentivar são palavras que servem a “causa” no sentido de aumentar o número de empreendedores. A solução poderá passar por selecionar e avaliar projetos que podem ou não implicar mais potencial económico e mais conhecimento à sociedade. Neste sentido, o empreendedorismo deve ser pensado dentro de uma perspectiva de desenvolvimento qualitativo, onde se fomente a competitividade das relações profissionais, de forma a perceber que o auto emprego pode ser a solução à fuga a um estandardizado segmento de vida ao desemprego.

2.1. Mediatizar o conceito *Empreendedorismo*

Numa forma generalizada, o empreendedorismo ficaria associado a um conceito empresarial, de criação e gestão de negócios onde as palavras criatividade, originalidade

e inovação acabariam por se expandir para outros campos de estudos, nomeadamente, o empreendedorismo de vertente social e educacional.

É interessante e um pouco realista o começo de uma notícia quando da realização da *Lisbon Big APPS*, quando o jornalista expressa: “a moda do empreendedorismo e a febre dos *star-ups* (incluem os *spin-offs*) têm inundado os *media*, as conversas do café e quase todos os discursos políticos da atualidade. Começa a existir uma sensação generalizada de que é a criação de empresas (em particular as tecnológicas) que vai salvar a economia (...). É a nova panaceia das nossas vidas e que tudo resolve e salva” (Jornal de Negócios, 2013: 12).

A mediatização da palavra empreendedorismo traz à mente das pessoas que este vai salvar a economia e que ser empreendedor é uma tarefa fácil. A realidade é um pouco diferente se analisarmos que o empreendedor recorre, na maioria das vezes, a financiamentos para poder ter o seu auto emprego, o que faz desenhar o sucesso e o insucesso de alguns projectos e a concretização (ou não) dos negócios. De acordo com vários *case studies*, investigadores e docentes das universidades conferem ao financiamento uma irrealidade generalizada (idem:12) e, se efetivamente, os resultados são atingir negócios sustentáveis numa maior competitividade dos países, da sociedade em geral, parece existir aqui um franco paradoxo.

Em conformidade com o já descrito, apresenta-se aqui a opinião de dois especialistas norte-americanos, na matéria do empreendedorismo científico e tecnológico, nomeadamente, Dave McClure e Paul Graham ao expressarem a frase, “(...) muitas *star-ups* falham por falta de alguma coisa, e muitas delas até morrem na praia, em momentos cruciais” (2013 *apud* Jornal de Negócios, 2013: 12). Nesta linha de pensamentos, o sucesso de um auto emprego comporta situações importantes a considerar, como por exemplo, o já mencionado financiamento e o acesso a este, o ter uma equipa de pessoas, diplomadas, com conhecimentos na área de negócio, boa capacidade de gestão, organização e liderança, um modelo de projeto de “valor”, entre outras.

A comunicação social - imprensa, Tv, rádio, internet, revistas - tem um papel fundamental na divulgação de todo o tipo de informação capaz de fomentar e criar espírito crítico face ao assunto empreendedorismo, elucidando assim possíveis

potenciais empreendedores, principalmente os mais qualificados e diplomados desempregados, de oportunidades susceptíveis a criarem o seu auto emprego.

De acordo com os resultados do último *Eurobarómetro* (especial)⁷ sobre o *Empreendedorismo* - Junho de 2010 – 80% dos europeus sentem pouco interesse pelas áreas das ciências e tecnologias, mas concordam que as mesmas contribuem para uma melhoria de vida da sociedade. Entretanto, 11% sentem-se bem informados sobre a matéria e cerca de 5% dizem que o esforço de comunicação tem de ser maior com o público (Comissão Europeia, 2011: 29).

Face ao exposto, considerando as duas últimas décadas, a Comissão Europeia (COM, 2006)⁸ assumiu um papel fundamental ao criar estratégias comunicacionais com o objetivo de melhorar a comunicação entre instituições e públicos, sobretudo em assuntos capazes de fomentar o emprego e a sustentabilidade económica. Contudo, parece não ter conseguido, ainda, colmatar a falta de interesse existente no espaço público da União Europeia, nas áreas da ciência e tecnologia.

É importante reforçar a comunicação entre o público⁹, os investigadores, as universidades e os empreendedores, de forma a criar um senso de partilha responsável entre cidadãos e sociedade, mas igualmente, numa projeção transnacional e internacional de assuntos fulcrais ao desenvolvimento da sociedade. Como exemplo, temos o fórum internacional – *The Media for Science Forum*¹⁰ – que realizou-se em Espanha (Maio de 2010) e onde os principais objetivos foram fomentar a importância do papel dos *media* na divulgação da informação científica, vincar a importância, as vantagens e riscos das tecnologias, informar a relevância da dimensão científica a dar ao cidadão e criar uma opinião pública no indivíduo, na matéria do empreendedorismo.

Os jornalistas, os *media* em geral, têm um papel fundamental na transmissão da mensagem para o espaço público da União Europeia, quer a nível da realização de

⁷ Disponível em http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_340_en.pdf on-line

⁸ Disponível em http://europa.eu/documents/comm/white_papers/pdf/com2006_35_pt.pdf

⁹ A existência de programas como o *SIS - Science in Society* – são importantes para se trabalhar estreitamente com o público nesse sentido, ou seja, fomentar uma relação de confiança comunicacional às áreas das ciências e tecnologias e criar uma cultura de inovação. Igualmente, este programa suporta outras atividades nas áreas, como organizar eventos internacionais como a *Euro Science Open Forum (ESOF)*. O programa *SIS* apoia financeiramente projetos que tentam criar e assegurar uma pro atividade de relações entre a sociedade científica e outros parceiros, como os *media* e comunicadores da ciência, grupos locais e educacionais.

¹⁰ Disponível em <http://www.mediaforscience.com/online>

eventos e adoção de políticas públicas, quer a nível de informações relevantes para um maior desenvolvimento científico, social e cultural da sociedade e dos indivíduos.

2.2. Problematicar o *Empreendedor(ismo)*

O empreendedorismo tem já uma historicidade que, adormecido no tempo, (re) aparece como uma “estratégia” de desenvolvimento e competitividade económica e de coesão social. Contudo, apesar da sua longa vivência, a palavra empreendedorismo não se assume unânime na visão de vários autores e investigadores, trazendo discordâncias nos debates a nível académico (Gibb, 2007:2).

A necessidade de usar um conceito uniforme e sustentável, traz consigo a procura do empreendedorismo como uma ciência (Filion, 1991:21). Neste contexto, há que refletir sobre as visões de autores nas diversas áreas de estudo e enquadrá-las com a temática teórica do estudo da presente investigação.

Começando por lembrar a expressão que “o crescimento do capitalismo não é um processo puro de economia” (Schumpeter, 1991: 442) e que a sua lógica é a lógica empresarial” (idem, 1996), o economista assinala aqui a sua posição sobre o processo em si. Aliás, o empreendedorismo é visto como um processo de “destruição criativa”, que tende a substituir produtos e métodos já existentes por outros novos (Hitt et al., 2001: 526).

A visão do mundo sustentada nos princípios da obra *The Theory of Economic Development* (Schumpeter, 1996), explica que o ato de empreender ou a auto-criação de um negócio inovador exige compreender, para além do conceito em si, outras dinâmicas do fenómeno do empreendedorismo. Acrescenta ainda que, um(a) empreendedor(a), é uma personalidade que tem a ideia, o que empreende e inova, o líder intermediário do processo e, assim sendo, há que compreender a existência de dois tipos de empreendedores: o que cria combinações de novos produtos e novos mercados, novos materiais e novas formas de organizações; e o “herói” que dá dinâmica ao capitalismo. Para todos os efeitos, os empreendedores são atores que respondem a oportunidades e incertezas das sociedades (*apud* Eisinger, 1988:8).

Nesta linha de ideias, a era da ciência e da tecnologia parece assumir um papel fortemente ideológico, onde as técnicas capitalistas controlam a sociedade e trazem uma diminuição da reflexão e do espírito crítico. A teoria de conflito Weberiano expõe isso

mesmo. Na educação emergem interesses económicos, direcionados e sobrevalorizados a grupos empreendedores de “elite”, vincando assim a desigual distribuição da educação e da cultura comparativamente aos restantes cidadãos.

Aliás, a visão Marxista associa, igualmente, o empreendedor(ismo) a uma nova forma de capitalismo moderno, ligado aos interesses das grandes empresas face a uma economia inovadora e competitiva.

Num traçado ao perfil de um potencial empreendedor, McClelland (1972) estabelece a diferença entre os potenciais sujeitos a empreendedores e os não-empreendedores. O autor sustenta a visão psicológica que, um potencial empreendedor é um indivíduo com um elevado nível de “*need for achievement*”¹¹ otimista e com capacidade de assumir desafios e riscos calculados, comparativamente com o não-empreendedor ou o empreendedor menos sucedido (idem). Assim sendo, os capitalistas de risco têm, em geral, preferência por pesquisadores-inventores, podendo contribuir não só com capital, mas também com o suporte de gestão necessário (Chamas, 2004).

Desta forma, torna-se importante salientar que o empreendedorismo, fenómeno de criação de novas empresas, seja visto como um depurador dos problemas da sociedade que são cada vez mais sustentáveis, sistemáticos e escaláveis. Aqui, o fenómeno do empreendedorismo assume o princípio de responsabilidade social, mas também de competitividade e sustentabilidade económica. Assim sendo, é necessário considerar a convivência da sociedade como um motor de dois níveis e numa perspetiva de longo impacto: o motor economicista da educação, ciência e tecnologia, negócios, finanças, entre outros; e o motor de melhoria de vida dos cidadãos que contribui, sem dúvida, para a igualdade de género entre mulheres e homens, para a redução do envelhecimento da população e o aumento da empregabilidade.

É interessante a “visão mecanista” do empreendedorismo, quando o definem como o “gros rouage” (grande roda) do sucesso. O sucesso de construir (empreender) é (deve ser) como o de uma máquina, cuja principal preocupação deve estar assente na correta colocação das peças. Assim, a gestão do empreendedorismo traduz-se numa filosofia de boa coordenação e gestão de recursos. Numa outra perspetiva, o empreendedorismo é

¹¹ A expressão em inglês “need for achievement”, traduzida para “necessidade de realização” (profissional), pressupõe, igualmente, outro tipo de realização, nomeadamente, a realização psicológica e social, afetiva, familiar e cultural.

descrito como um todo e que se forma de modo orgânico, concedendo ao homem um particular espaço. A sua missão é de ordem moral (Kobi e Wuthrich, 1991: 31).

Conforme vinculado no Livro Verde da Comissão Europeia (2003),¹² sobre o *Empreendedorismo na Europa*, é necessário antecipar e projectar as profissões de futuro, onde o espírito empresarial se apresente como um duplo instrumento na melhoria contínua das sociedades contemporâneas. (idem). O Livro verde vinca duas questões prioritárias (preocupação já anunciada pelo Conselho Europeu de Lisboa em Março de 2003), nomeadamente, o défice de empresas empreendedoras e o fraco crescimento de empresas no espaço da União Europeia.

Relembrando a *Teoria do Capital Humano* sustentada na década de sessenta e bem presente nos dias de hoje, o Livro Verde sustenta esses mesmos princípios económicos e educacionais: fomentar o desenvolvimento e a aptidão ao empreendedorismo numa crítica a uma maior democratização da sociedade e, igualmente, incentivar a criação de estratégias inclusivas e pluralistas.

Na linha do que foi exposto, torna-se importante considerar a visão crítica dos vários autores, na medida que parece existir uma desvalorização da triangulação das vertentes educação, investigação e produção do conhecimento científico como um bem comum à sociedade, face à valorização de soluções políticas de interesse económico. O caminho da educação e da formação na vida de um estudante pode ser perspectivado dentro de horizontes mais duradouros, abertos e longínquos ao novo conhecimento e na valorização da ciência e tecnologia como os motores essenciais para o crescimento da economia e, igualmente, como uma forma inclusiva de assegurar uma melhor qualidade de vida do cidadão, nas mais diversas temáticas.

Desta forma, e num maior enfoque aos princípios de inclusão social do cidadão, a União Europeia criou uma série de normas e diretivas na projeção de um empreendedorismo criativo e inovador, na avaliação e promoção da sustentabilidade educativa, económica e cultural. Os esforços da Comissão Europeia seguem no sentido que, dentro da valorização da educação humana e do desenvolvimento democrático e social, “impõe-se” a “criação de um capital humano altamente qualificado.” (Comissão

¹² No ano seguinte, foi lançado o programa *The action Plan: The European Agenda for Entrepreneurship*, como forma de colmatar alguns problemas patentes no primeiro documento. Disponível em http://europa.eu/legislation_summaries/other/n26023_en.htm

Europeia, 2011:2) No entanto, o alvo desse enfoque passa igualmente pelas universidades, os centros de investigação e as empresas que, acarretam a responsabilidade de promover ideias criativas de potenciais alvos de negócios no futuro.

3. Mulheres empreendedoras em contexto de (des)igualdade

A oportunidade de ver o mundo atual de uma forma diferente marcou as mulheres numa incessante luta pela igualdade de oportunidades ao longo das épocas. As mulheres foram desconstruindo atitudes assentes numa contracultura histórica estereotipada, resistindo a lutas pela igualdade social e pelo desaparecimento das limitações do pensamento e espírito crítico. A história das mulheres foi construída, assim, numa vertente de emancipação quando saíram de ambientes privados e interiorizados da vida doméstica, da maternidade, para ambientes públicos e exteriorizados, na necessidade mental de se mobilizar para a vida profissional ativa.

Nos dias de hoje, apesar de as mulheres estarem ainda vinculadas ao padrão de atividades ditas “maternalistas” como o cuidar e a saúde, continuam a abrir-se caminhos no que diz respeito ao aumento do número de mulheres às áreas da inovação, como as tecnologias e engenharias.

3.1. Contextualizar a igualdade de género

As relações de género são norteadas pelas diferenças sociais entre homens e mulheres, caracterizado pelas desigualdades e fragilidades da condição da mulher. Aliás, Scott (1990) parece vincular bem essa realidade vivida pelos dois grupos sociais, ao referir que o homem tem a capacidade em submeter a mulher ao tradicional jogo de poder em que o homem cria e manda (idem).

Em termos históricos, sabe-se que a pertença ao género feminino pode constituir uma barreira que limita as liberdades e as oportunidades de escolha dos indivíduos ao longo da vida académica, profissional e social nas sociedades contemporâneas. As questões de género marcaram tempos onde as mulheres viram estagnado a sua emancipação ao “sexo mais forte” e a lenta entrada na socialização da vida em grupo, somente permitida pela entrada das mesmas no mundo do trabalho.

Mas a situação era um pouco mais problemática, pois com o aparecimento das universidades a ciência continuou assente em princípios patriarcais, excluindo e

negando à mulher a realização e a apresentação de produções científicas que, mais uma vez, contribuiu para a desigualdade aquisição do conhecimento das épocas que se seguiram. A ciência foi-se demarcando como uma atividade direcionada para o princípio da reflexão, onde o homem, “o criador”, estava na centralidade do mundo, e as mulheres, essas, apesar de indiretamente fazerem parte dessa vivência (lembremos que as actividades científicas era realizadas em ambiente doméstico, e só mais tarde em universidades), não colaboravam nas investigações, afastando-as do conhecimento.

Neste sentido, Bourdieu (1999) expressa que “a ordem social funciona como uma imensa máquina simbólica tendendo a ratificar a dominação masculina em que se assenta: há uma divisão sexual no trabalho, distribuição muito estrita das atividades atribuídas a cada um dos dois sexos, como do lugar, do momento, dos instrumentos dessas atividades; há a estrutura do espaço” (idem: 9)

Porém, em 1986, com a entrada de Portugal na CEE, atualmente designada por UE, o ensino superior sofreu transformações enquadradas na grande reforma do ensino universitário europeu. As universidades incutiam o espírito há muito esperado, um ensino de todos e para todos.

Nas sociedades contemporâneas democráticas vincula que todos os seres humanos tem direitos de igualdade, de integração e de oportunidades (*mainstreaming*), nas mais diversas temáticas da vida, base geral e essencial para se construir uma sociedade homogénea, inclusiva e promocional do bem-estar social de todos os cidadãos. Estes são os princípios que definem o *mainstreaming* em torno da igualdade de género e, que passamos a enumerá-los:

- “1. Construir a igualdade cultural entre géneros;
2. Tratar o trabalhador como uma pessoa completa (responsabilidade de conciliação entre trabalho e família);
3. Defender o respeito e a dignidade (sexo, raça, religião, etc.);
4. Fomentar a participação de uma cultura democrática dentro do conceito igualdade.
5. Aumentar a capacidade de visão, ou seja, verificar como os sistemas atuais correspondem às necessidades salariais, segurança no trabalho, oportunidades de formação e promoção” (Comissão Europeia, 2011: 66-67).

Nesta linha de construção, a Comissão Europeia expressa que o “El mainstreaming es una estrategia a largo plazo con la que se pretende completar un enfoque legalista de la igualdad de trato y las medidas de acción positiva destinadas a corregir las pressiones y establecer buenas prácticas para la supresión de barreras. (...) La integración de la igualdad de oportunidades no sólo beneficiará a las mujeres, sino que fomentará el objetivo de la excelência en la ciência” (Comissão Europeia, 2011: 70)

Há várias décadas que a Comissão Europeia assumiu o reforço do papel estratégico na formação e educação, e na dissimulação de problemas relacionados com a competitividade, emprego e a inclusão social. A cooperação com as diversas instituições interessadas no domínio da igualdade de género, como o Parlamento Europeu (PE), a sociedade civil, as organizações internacionais, o próprio Instituto Europeu para a Igualdade de Género, o Conselho e outros *stakeholders*, é crucial para assegurar o equilíbrio em género e em número, nas diversas actividades desenvolvidas na sociedade.¹³ Estas instituições tentam ir ao encontro de uma sociedade mais coesa, onde vincule os princípios da igualdade, equidade social e o aumento do número de mulheres empreendedoras e/ ou com cargos de direção e chefia.

3.2. Défice de empreendedoras na União Europeia

Face às elevadas percentagens de desempregados no espaço público da União Europeia, a estratégia nacional e europeia para o empreendedorismo incentiva o indivíduo a construir a sua carreira, seja através da criação do próprio emprego, seja pela criação de um negócio.

Em toda a União Europeia há muitos mais homens do que mulheres a desenvolver e a gerir os seus negócios. As mulheres são menos propensas a este espírito que, deve ser “politicamente sobrevalorizado” principalmente nos sectores das ciências, engenharias e tecnologias. Atualmente, na área das engenharias - Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) - apenas 30% dos 7 milhões de pessoas são mulheres. Destas, apenas 29 em cada 1.000 mulheres tem um curso superior e um diploma e, apenas 5

¹³ O Relatório anual de 1997 sobre a *Igualdade de Oportunidades entre Homens e Mulheres* já anunciava o estudo do problema e a ampliação de novas possibilidades na garantia da igualdade e oportunidades, e na equidade social.

Disponível em

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2001:178:0281:0283:PT:PDF>

trabalham na área das TIC¹⁴. Os números mais recentes¹⁵ mostram que os homens têm três vezes mais probabilidades de empreender o seu negócio e que, normalmente, as mulheres enfrentam mais problemas no acesso ao financiamento, bem como na criação e expansão dos seus negócios.

Fixos nesta realidade e direcionados para o aumento da competitividade e desenvolvimento económico, a União Europeia prioriza as suas estratégias políticas no fomento ao empreendedorismo e ao ato de empreender “ideias” inovadoras nas áreas da inovação. Aliás, a Comissão Europeia reconhece o défice de mulheres nas áreas das ciências, engenharias e tecnologias como sendo um problema de “igualdade”, mas também, como um potencial *harmful* (nocivo) para a economia dos países.

Desde há longos anos que a Comissão Europeia tem vindo a dar apoio prático às mulheres que pretendem criar a sua própria empresa, com o objetivo de aumentar o número de novas empresas dirigidas por estas. Com efeito, foi com a *Estratégia de Lisboa*, um plano de ação da União Europeia para o desenvolvimento económico, social e ambiental que se propôs a aumentar o dinamismo económico da Europa, transformando-a numa força de conhecimento mais competitiva. O objetivo é conseguir que as exigências se mantenham na vanguarda da inovação científica e tecnológica e no desenvolvimento económico, conforme reconhecido na Cimeira de Barcelona de 2002.

O caso do GAN (*Grupo de Alto Nível sobre Recursos Humanos para Ciência e Tecnologia*), nomeado pela Comissão Europeia em 2003, referiu a grave sub-representação das mulheres em muitas áreas de investigação científica e tecnológica, vincando que as mulheres permanecem uma fonte óbvia de recursos necessários. O grupo sublinha que o “anacrónico desequilíbrio em género nas áreas das ciências e tecnologias”¹⁶ leva à necessidade de alertar que “a proporção de mulheres em carreiras científicas e tecnológicas é muito baixo em muitos países da UE” (idem).

Também, um outro estudo diz que, apesar de uma maior desenvoltura nas áreas de inovação, os níveis de potenciais empreendedores mulheres é ainda muito reduzido

¹⁴ Disponível em <http://www.europarl.europa.eu/news/pt/headlines/content/20130426STO07643/html/A-Europa-precisa-de-mais-mulheres-na-%C3%A1rea-das-tecnologias-de-informa%C3%A7%C3%A3o>

¹⁵ Disponível em http://ec.europa.eu/enterprise_policy/survey/eurobarometer2007/eb2007/report.pdf

¹⁶ Conclusões e recomendações do GAN - *Grupo de Alto Nível sobre Recursos Humanos para Ciência e Tecnologia* nomeado pela Comissão Europeia em 2003.

Disponível em http://eacea.ec.europa.eu/education/Eurydice/documents/thematic_reports/091PT.pdf

(GEM, 2012),¹⁷ assim como em termos do empreendedorismo qualificado em género, conforme descrito nos relatórios do *Eurobarómetros do Empreendedorismo*¹⁸.

3.3. Estado do empreendedorismo português

Em Portugal o fenómeno do empreendedorismo é ainda recente. No entanto, face aos desafios de uma economia mais sustentável e competitiva, a palavra tem ganho relevância no mercado português ao apresentar-se como um mecanismo importante no desenvolvimento da economia do país e como um “passaporte” alternativo de inclusão profissional das mulheres e dos homens na sociedade. A elevada taxa de desemprego e o baixo número de mulheres em atividades empreendedoras tem assumido cada vez mais o interesse de entidades, instituições, governos e personalidades de diversas áreas, na tentativa de perceber quais as condicionantes de tal ausência e/ ou desinteresse neste grupo social.

Em 2010, Portugal registava por cada 100 indivíduos 4 a 5 empreendedoras envolvidas em *star-ups* ou na gestão de novos negócios. Em 2007, o número era de 9 empreendedoras por cada 100 indivíduos.

Assim sendo, houve uma redução na ordem dos 19% comparativamente a 2010. O número de empreendedores do sexo masculino equivale a 10%, o dobro do número de empreendedores do sexo feminino (GEM, 2010).

A segregação horizontal e vertical do mercado de trabalho português que caracteriza fortemente a estrutura profissional e económica, continua a persistir ao longo dos tempos. As mulheres são o grupo social que apresentam uma menor participação nos sectores económicos de valor acrescentado (ciências, matemáticas, engenharias e tecnologias) e uma maior participação em áreas opostas, nomeadamente nos cursos de humanidades e ciências sociais.

Marques & Moreira (2011) definem “segregação horizontal” quando existe uma concentração de mulheres e/ ou homens em diferentes tipos de atividade, ficando as mulheres confinadas a um leque mais apertado de sectores ou profissões (a rigidez na divisão de papéis entre ambos os sexos pode bloquear escolhas individuais das mulheres

¹⁷O GEM iniciou o projeto em 1999 e foi um dos maiores estudos em empreendedorismo. O objetivo seria avaliar o nível de empreendedorismo e de crescimento económico existente nos países.

Disponível em http://www.gemconsortium.org/about.aspx?page=special_topic_women

¹⁸ Disponível em

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/eurobarometer/index_en.htm#h2-3

e limitar as potencialidades entre homens e mulheres); a “segregação vertical” ‘quando existe uma concentração de mulheres e/ ou homens, nos níveis mais baixos da hierarquia profissional (Marques & Moreira, 2011:439).

De acordo com os indicadores vinculados no POHP¹⁹ - Programa Operacional de Potencial Humano 2007-2013 - existe uma participação ainda reduzida e não equitativa das mulheres em comparação com os homens em negócios de inovação e conhecimento nas áreas das ciências e tecnologias. As prioridades para a política de coesão 2007-2013 têm por base um maior alinhamento da política de coesão com os objectivos estratégicos identificados no âmbito da Estratégia de Lisboa renovada e, portanto, centradas na promoção do crescimento sustentável, na competitividade e no emprego (idem).

Numa perspetiva macroeconómica, o talento das mulheres e das suas competências profissionais para posições de liderança tende a tornar-se ainda mais necessárias face a um aceleração do envelhecimento da população e das carências resultantes de qualificados no trabalho, capazes de garantir o crescente crescimento económico. As economias de futuro podem ser fortemente competitivas se apostarem em sistemas de pensões escaláveis e sustentáveis, e se tiverem outras contrapartidas, como por exemplo, maiores taxas de emprego feminino e devolução salarial sobre o trabalho remunerado.

Atualmente, em Portugal, os homens são vistos como tendo maior competências e conhecimentos (61,3%) comparativamente com as mulheres (43,1%).

Neste contexto, relembremos o êxito de duas universidades portuguesas, localizadas em Lisboa e no Porto, que conseguiram alcançar um considerável número de docentes e investigadores mulheres, nas áreas das ciências e tecnologias. A Universidade de Lisboa regista 30,7% de professoras catedráticas, 58,9% professoras associadas e 57,2% professoras auxiliares. Já no Instituto de Biologia Molecular e Celular do Porto (IBMC), no Instituto de Patologia Molecular do Porto (IPATIMUP) e no ITQB (Instituto de Biotecnologia), as mulheres ocupam 33 dos 73 lugares de investigadores principais de três novos postos de investigação, o que corresponde a 45,2% (Comissão Europeia, 2011: 9).

¹⁹ Disponível em

<http://www.poph.qren.pt/upload/docs/apresenta%C3%A7%C3%A3o/Programa/NovoTextoPOPH2012.pdf>

As universidades portuguesas devem ter um papel ativo e fomentar o espírito do ensino, de investigação e inovação, missões indissociáveis e essenciais no estímulo a uma maior participação e consequente integração das mulheres nas áreas científicas e tecnológicas, através da criação do auto emprego e no acesso de cargos de direção e chefia. Neste sentido, deve assumir-se um compromisso de incentivo a políticas inovadoras e empreendedoras, não como a solução de todos os problemas, mas como uma importante ajuda para colocar Portugal numa Europa de competitividade económica global e sustentabilidade social.

3.4. Normativos de igualdade e diretivas de orientação

A igualdade entre homens e mulheres é um dos princípios universais patente na Declaração Universal dos Direitos Humanos e o pilar fundador da União Europeia. A União Europeia sustenta os seus princípios no chamado Estado de Direito, ou seja, todas as medidas e objectivos de trabalho estão definidos nos Tratados, estes aprovados democraticamente. O *Tratado de Roma (1957)* define um desses princípios ao vincular um salário igual para trabalho hierárquico de igual modo.

Na década de setenta, mais precisamente a partir de 1975, foi aprovado uma série de diretivas na fomentação e ampliação da aplicação do princípio de igualdade entre homens e mulheres. A extensa legislação garantiu o tratamento de situações como a igualdade de salários, tratamento nos postos de trabalho, segurança social, licença parental, promoção profissional, proteção à maternidade, alargamento na defesa dos direitos, entre outras.

Contudo, há autores que reconhecem que nem tudo está a ser bem aplicado e que se não vamos mais longe em termos de igualdade de género e equidade social (Ramalho, 2004), tal deve-se “às limitações do próprio sistema jurídico” (idem, 57-59).

Em referência aos Tratados²⁰, iniciamos com o *Tratado de Amesterdão (1997)* fruto da Conferência Intergovernamental, que permitiu a integração da dimensão do género num conjunto das políticas comunitárias, alegando o princípio de igualdade de tratamento como um direito fundamental. Aliás, este é um princípio igualmente vinculado na Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia. Já no *Tratado de Nice (2001)*, a União Europeia reconhece o princípio à não discriminação, um dos pontos principais nas lutas das mulheres ao longo dos tempos. Relativamente ao

²⁰ Disponível em http://europa.eu/eu-law/treaties/index_pt.htm

Tratado de Lisboa (2007), este converte o princípio de igualdade entre ambos os sexos como um valor comum dos cidadãos da União Europeia (artigo 2º do TUE), a promoção da igualdade (artigo 3º do TUE) e luta contra as desigualdades (artigo 8º do TFUE). Em termos nacionais, os princípios de igualdade de tratamento entre homens e mulheres vinculam igualmente na Constituição Portuguesa.

No que respeita às diretivas de orientação, passamos a expor as seguintes:

A publicação *Uma Europa para as Mulheres (2009)*²¹ destaca algumas das muitas áreas em que a ação a nível da União Europeia (UE) tem um grande impacto sobre as questões que interessam a todos, particularmente o grupo das mulheres e os princípios de igualdade entre ambos os sexos, e a conciliação das exigências entre a vida profissional e familiar. Aliás, os princípios da *Carta das Mulheres (2010)* estão já assentes em estratégias inclusivas por parte da Comissão Europeia, face a um aumento de percentagem das mulheres em cargos de responsabilidade e/ ou decisão.

Aliás, a *Estratégia Europa 2020*, numa linha contínua da estratégia de “Igualdade das Mulheres” (2010-2015) reforça objetivos de medidas para o crescimento económico e o desenvolvimento sustentável, onde o resultado esperado é o aumento da taxa de emprego nas mulheres e a maior participação destas no mercado de trabalho. A Comissão Europeia (CE) continua a intensificar a sua ação através de linhas de acesso a benefícios de financiamento, como uma forma de eliminar os conceitos estereotipados de género e reduzir as disparidades entre ambos os sexos.

A título de referência, em Março de 2011, a Vice- presidente da Comissão Europeia Viviane Reding incentivou as empresas de capital aberto a assinar as *Mulheres sobre o Juramento Conselho para a Europa* e a desenvolver a auto regulação como medida de aumento do número de mulheres em cargos de topo. O objetivo é alcançar os 30% de mulheres nos conselhos de administração das empresas cotadas até 2015, e 40% até 2020²². Os números apresentados pela Comissão Europeia revelam que só 12 % dos membros dos conselhos de administração das maiores empresas europeias são mulheres e que em 97 % dos casos os conselhos de administração são presididos por homens.²³

²¹ Disponível em <http://bookshop.europa.eu/pt/uma-europa-para-as-mulheres-pbNA3009224/>

²² Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao CESES, ao Comité das Regiões. COM(2012) 795 final

Disponível em <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:EN:PDF>

²³ Países como a França, Espanha, Bélgica, Holanda, Dinamarca, Finlândia e Suécia criaram legislação e códigos em género próprios no aumento de cargos de chefia nas mulheres.

Press release de Viviane Reding, em 1/3/2011.

Disponível em http://europa.eu/rapid/press-release_IP-11-242_en.htm?locale=en

Atualmente, a União Europeia tem em cargos de responsabilidade/ decisão mais homens que mulheres, sendo que são “eles” que empresarialmente estão duplamente mais propensos a começar e a gerir um auto negócio. Uma das “forças” de ajuda na fomentação à criação de empresas foi a *SBA - Small Business Act* - para a Europa de Junho 2008 que reconheceu a importância das PME (Pequenas e Médias Empresas) na economia, fornecendo um quadro de ações que envolve a promoção ao auto emprego feminino.

Importa ainda referir a criação de *A Rede Europeia para a Promoção do Empreendedorismo Feminino*,²⁴ com membros em 30 países e composta por representantes dos governos que tentam promover ao máximo o empreendedorismo feminino. A Rede fornece aconselhamento, contactos e outras informações, de modo a aumentar a visibilidade e a expansão dos negócios nas mulheres, estes relevantes para a coesão e inclusão social e profissional. A Lei instiga os Estados-Membros a oferecer orientação e apoio a mulheres empresárias como forma de trocar boas práticas com outras potenciais empreendedoras na definição do seu negócio.

Finalmente, temos o *Instituto Europeu para a Igualdade de Género* que, criado a 20 de Dezembro de 2006, é uma organização que pode ajudar parte das acções atrás referidas, como, promover e reforçar a igualdade de género; integrar as questões de igualdade de género em todas as políticas comunitárias e nas políticas nacionais delas decorrentes; lutar contra a discriminação com base no sexo; e sensibilizar os cidadãos europeus, através de conferências e campanhas de informação.²⁵ Aliás, o programa *Progress*²⁶ financia ações com uma dimensão transversal, dado que a questão da igualdade entre homens e mulheres é um aspecto comum a várias políticas.

Em síntese, no que respeita às questões relacionadas com o género no processo orçamental a nível da União Europeia, a Comissão Europeia continua a desenvolver incentivos para as mulheres dentro de princípios de credibilidade face às de progressão na carreira, essenciais na criação de cargos de direção superior.

²⁴ Disponível em http://ec.europa.eu/small-business/success-stories/2013/march/index_pt.htm

²⁵ Disponível em http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/equality_between_men_and_women/c10938_pt.htm

²⁶ Disponível em http://europa.eu/legislation_summaries/justice_freedom_security/combating_discrimination/c11332_pt.htm

A estabilidade económica e o crescimento da ciência, pesquisa e desenvolvimento, passam pelo aumento do número das mulheres em negócios empreendedores, capazes de contribuir para o melhoramento e sustentabilidade económica dos países, e entre países.

4. Universidade empreendedora e as empresas *spin-offs*

Como referimos atrás, as últimas décadas envolveram profundas mudanças nas universidades que se abriram para as exigências da sociedade, ampliando as suas interações e parcerias com empresas, governos e outros *stakeholders* e criando ambientes susceptíveis de inovação.

Na vertente do que se entende ser uma universidade empreendedora, dizemos que esta desenvolve instrumentos e mecanismos capazes de dinamizar a sociedade na aprendizagem, investigação e conhecimento. A universidade empreendedora tem um sólido ambiente e espírito incentivo à inovação, quer pela concentração de conhecimento e de capital intelectual, quer pela concentração de estudantes, fontes capazes de potencializar o empreendedorismo. A gestão estratégica e a idealização de objetivos claros e coerentes na transformação do conhecimento em valor económico e social, fazem destas instituições uma estrutura forte face às exigências internas e externas do sistema.

Segundo Pérez & Sánchez (2003), as empresas de alta tecnologia criadas por académicos constituem um importante elemento dinamizador da economia, não tanto pelo emprego direto que podem chegar a criar, mas sim porque supõe o desenvolvimento de novos sectores industriais ou de serviços, melhorando a competitividade de outros setores.

Nesta linha de ideias, Etzkowitz (2003) e Etzkowitz & Webster (2000) referem a importância dos académicos no desempenho de funções como organizadores de empresas baseadas em investigação académica. Estas empresas constituem um importante mecanismo de transferência de tecnologia das universidades para a indústria (idem). Ainda, na opinião de Etzkowitz (1998), a transferência de tecnologia da universidade para a empresa é um fluxo de mão dupla e ele pode ocorrer com diferentes graus e formas de envolvimento académico: o produto é originado na universidade, mas é desenvolvido numa empresa já existente; um produto comercial é criado fora da

universidade, mas são requeridos conhecimentos académicos para melhorá-lo; e a universidade é fonte de um produto comercial e o inventor académico torna-se diretamente envolvido em sua comercialização por meio do estabelecimento de uma nova empresa (idem).

Neste sentido, é muito importante incentivar a criação de empresas que conceituadas e caracterizadas como *spin-offs* desempenham um papel importante nas capacidades e qualificações académicas, nos resultados de pesquisa e investigação, instrumentos e métodos científicos, entre outras. É importante dar atenção especial à integração sistemática da formação do empreendedorismo paralelamente à realização de estudos científicos e técnicos, para estimular a criação de *spin-offs* inovadores de forma ajudar os investigadores a adquirirem competências empreendedoras.

4.1. O conceito de *spin-offs* académicos

Representada pela sigla SOA, os *spin-offs* académicos tem assumido um certo mediatismo na sociedade, contudo, são poucas as pessoas que conhecem o seu conceito, objetivos e missões.

Numa primeira linha de ideias, os *spin-offs* são serviços avançados de investigação que, interligados entre universidades e empresas, assumem uma relação de ajuda no desenvolvimento do indivíduo e do progresso da sociedade. Estas empresas ajudam também a comercializar novos métodos científicos e novas tecnologias. A criação de empresas de base tecnológica constitui uma forma eficiente de valorizar as tecnologias disponíveis nos centros de produção de conhecimento, mais precisamente nas universidades. Contudo, para obter os benefícios oriundos da criação dessas empresas é importante superar algumas dificuldades inerentes do processo de formação de um *spin-off*, como por exemplo, adquirir a sua própria independência a vários níveis, principalmente técnicos e financeiros, e contribuir para uma mais-valia na criação de negócios regionais e, conseqüentemente, nacionais e transnacionais.

Mas outras condicionantes estão subjacentes nestes projetos académicos como diz Moreira (2009:89): surgem num ambiente com carácter comercial, defrontam-se com problemas internos quer a nível institucional quer a nível académico, os objetivos diferentes que levam a conflitos de interesse entre a universidade, o empreendedor académico, os investidores e da equipa diretiva do próprio *spin-off* (idem). Aliás, a

maior preocupação e obstáculo na criação e desenvolvimento destas empresas diz respeito à falta de financiamento que pode conduzir a duas situações extremas: a interrupção do processo de desenvolvimento do produto por falta de recursos técnicos, ou falta de um “empreendedor” capitalista que queira financiar o projecto e/ ou produto.

Pérez & Sánchez (2003) defendem que os *spin-offs* de universidades desempenham um papel muito importante na rede de inovação. A maioria dos *spin-offs* académicos surgem para materializar, aplicar, difundir ou aproveitar os resultados de um projeto de pesquisa ou do conhecimento tecnológico acumulado na atividade de pesquisa do pessoal universitário. Os autores revelam que a criação de *spin-offs* são provavelmente a forma mais complexa de comercializar a investigação académica, principalmente pelo elevado impacto regional (idem).

A universidade é o pilar educativo de elevadas capacidades nas vertentes da investigação e do conhecimento que, por sua vez, dão um maior contributo a novos desafios e expectativas pessoais e profissionais. É nesta realidade que se torna crucial implementar negócios empreendedores de carácter *spin-off*, pois, são canais importantes na relação e formação de parcerias com o objetivo de expandir empresas, gerando assim, o desenvolvimento estratégico e competitivo da economia das regiões e dos países.

4.2. Os objetivos

A implementação de *spin-offs* de cariz inovadores potencia o desenvolvimento regional, contribui para o aparecimento de novas tecnologias, métodos e técnicas, e melhora a vida em sociedade e dos cidadãos em geral. Assim sendo, e de acordo com os objetivos específicos (Moreira: 2009), os *spin-offs* visam o melhoramento de aspetos como, por exemplo: a produção de conhecimento e elaboração de suportes capazes de servir de “ponte” para a transição da vida ativa; fomentação de relações capazes de garantir uma maior articulação e eficiência entre os agentes e atores económicos, e os grupos profissionais qualificados (incluí aqui a criação de parcerias nacionais e internacionais); a estimulação do emprego e incentivo da mobilidade transfronteiriça e internacional; o desenvolvimento de estratégias no fomento de uma cultura empreendedora a nível local e regional (indivíduos com qualificações mais elevadas), o

incentivo da formação continuada e ao longo da vida; e finalmente, a promoção da igualdade de oportunidades e a equidade social entre homens e mulheres.

Desta forma, e analisando o estudo do caso das mulheres que são empreendedoras e/ ou estão ligadas a *spin-offs* académicos, passamos ao ponto seguinte, onde pretendemos sustentar e enquadrar a teoria ao longo da presente investigação.

5. Mulheres empreendedoras: vivências, processos e identidades

5.1. Questões prévias de definição do objeto empírico

O presente trabalho segue o *design* de investigação de abordagem qualitativa, centrado num estudo de caso específico, designadamente mulheres que optaram estar ligadas a experiências empreendedoras e/ ou a projetos de *spin-offs* académicos nas áreas das ciências e tecnologias.

Na resposta à nossa questão de partida e tendo por base os pressupostos teóricos atrás enunciados, importa analisar e compreender a problemática a partir da formulação das seguintes questões de investigação:

- *Quais as principais motivações, obstáculos e/ ou oportunidades, que estão na base das opções das empreendedoras na criação de um auto emprego/ negócio próprio? Elas assumem uma vertente instrumental de responder a uma obrigação/ necessidade económica ou, pelo contrário, surge como uma solução social emancipadora e de realização profissional?*
- *Quais as vivências e construções de sentidos em relação a si no papel de empreendedora e na relação entre trabalho e vida familiar?*

Assim, em termos de estratégia de acesso ao terreno, a nossa investigação iniciou-se com a realização de contatos com a Tecminho. A Tecminho, inserida no contexto da Universidade do Minho, é a estrutura que fomenta e faz a ligação à sociedade nas vertentes da ciência e tecnologia. Assim sendo, o seu contributo torna-se fundamental quer para o desenvolvimento e competitividade da região, quer para a melhoria e aumento das competências dos indivíduos. A linha de ação da Tecminho segue três direções principais, nomeadamente a formação contínua, a transferência de tecnologia e o empreendedorismo universitário.

A acrescentar ao contexto, é relevante descrever o papel da Universidade do Minho que, através da Tecminho, incentiva a criação de empresas que tenham por objetivo a valorização do conhecimento resultante das suas atividades de investigação científica e tecnológica. Por outras palavras, Moreira (2009: 187) refere que a Tecminho desenvolve um programa de acolhimento dos seus *spin-offs* académicos, na qual disponibiliza uma série de apoios para facilitar o seu funcionamento e desenvolvimento inicial (idem: 187).

Relativamente à técnica de entrevista utilizada, inicialmente pensou-se utilizar a entrevista aprofundada que, segundo Ruquoy (1997), possui como objeto de investigação da vida, das experiências e dos valores simbólicos do entrevistado. A técnica em questão demonstra um panorama dinâmico das vivências e cognições do mesmo e onde conseguimos aceder ao tipo de relação entre trabalho e vida familiar das mulheres empreendedoras (idem).

Face à indisponibilidade de calendarização por parte das empreendedoras da entrevista *in loco*, a alternativa foi utilizar a técnica de recolha de informação através da elaboração de um guião semi-diretivo para a realização da mesma. O guião de entrevista foi submetido via correio eletrónico às empreendedoras que, posteriormente, o enviaram pela mesma via. Inicialmente, os contatos disponíveis incluíam 8 empreendedoras, porém, só foram obtidos três *feedbacks* às questões do guião como resultado final. O fato de não ter sido possível a entrevista presencial (*in loco*), limitou o aprofundamento da informação nesta investigação, existindo questões que tiveram respostas muito sucintas e, por isso, menos desenvolvidas no presente trabalho. Por essa razão, torna-se relevante efetuar um estudo mais aprofundado do caso, de modo a obter resultados mais específicos, propostos no início da presente investigação.

Em todo o caso, através de uma análise de conteúdo realizada às respostas obtidas, apresenta-se, a seguir, as principais informações substantivas e organizadas de forma a tentar responder às nossas questões de investigação previamente formuladas.

5.2. Perfil das empreendedoras

Em termos de perfil das empreendedoras, estas apresentam os seguintes traços (cf. tabela 1).

- As três empreendedoras estão ligadas às áreas das ciências e tecnologias, nomeadamente à Química, à Biotecnologia e à Neurociências e, têm idades compreendidas entre os 30 e os 48 anos.
- Das três empreendedoras, duas são mestres e uma tem o doutoramento na área das C&T (Ciências e Tecnologias).
- Duas empreendedoras são casadas, uma delas tem três filhos adultos; a mais nova é solteira e sem filhos.

Tabela 1: Caracterização pessoal, académico e profissional das empreendedoras

Participantes	Caracterização pessoal	Caracterização académica e profissional
E1	<ul style="list-style-type: none"> • 45 anos • Casada • Não referiu se tinha filhos 	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciada em Química; Mestre em Biotecnologia. • Investigação e Desenvolvimento de produtos à base de PAM²⁷.
E2	<ul style="list-style-type: none"> • 48 anos • Casada • Três filhos adultos 	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciada em Química; Mestre em Biotecnologia. • Investigação e Desenvolvimento em Biotecnologia para o sector vitivinícola.
E3	<ul style="list-style-type: none"> • 30 anos • Solteira • Sem filhos 	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciada em Veterinária; Doutorada em neurociências. • Investigação e Desenvolvimento em ciência animal.

Fonte: Entrevistas a empreendedoras

5.3. Empreendedor(ismo): ser ou não ser

Numa melhor compreensão ao que julgamos ser empreendedorismo e a forma como este constitui uma nova estratégia profissional ou de desenvolvimento de carreira alternativa face ao contexto atual, importa analisar como as empreendedoras se vêem a si nesse estatuto. É igualmente importante recolher informação que nos ajudam a perceber e identificar as características principais que se associam a esta nova experiência profissional.

²⁷ PAM, símbolo plantas aromáticas e medicinais.

Numa primeira análise aos dados, parece ser claro que o conceito *Empreendedorismo* se encontra mediatizado na linguagem atual e que, em certa medida, está padronizado nas justificações discursivas apresentadas. As entrevistadas utilizam frases para se referir ao empreendedor(ismo) como alguém que “*pensa, tem uma ideia e faz*” (E.1) e o que “*cria projetos inovadores*” (E.2).

O conceito empreendedorismo encontra-se centrado nas questões ser ou não ser uma personalidade criativa, inovadora e dinamizadora no desenvolvimento de novos métodos, serviços e produtos.

Há quem rejeite o termo empreendedorismo, precisamente pelo mediatismo que se tem dado à palavra. Neste prisma, a empreendedora E.3 argumenta: “*Não gosto da palavra (desgastaram-na!). O conceito para mim é realizar ações e principalmente idealizar novos métodos com o objetivo de desenvolver e dinamizar serviços e produtos.*” (E.3)

Quanto ao *ser empreendedora*, este estatuto é descrito de forma aparentemente muito “natural” quando elas se referem unanimemente que é preciso muito espírito de sacrifício. Aliás, uma das entrevistadas expressa - “*um empreendedor não tem dias de descanso nem de trabalho*” (E.1).

Mas há quem vá mais longe, ao acrescentar ter persistência e lutar na concretização dos objetivos definidos e até na própria concorrência, pensar e criar em estratégias constantemente, ter ao seu lado uma equipa coesa, ajuda a ser uma “*melhor empreendedora*” (E.2), ter espírito de aventura, procura de desafios, ter potencial para os negócios, no sentido de saber coordenar autonomamente e, “*ter capacidades de assumir o risco, a incerteza*” (E.1 e E.3).

Neste sentido, e considerando o risco um dos princípios indissociáveis do ato de empreender, Portela et al. (2008: 25) vincam que “o espírito empreendedor tem uma forte probabilidade de acarretar com os riscos.”

No seguimento da expressão, E.1 e E.3 pensam em expandir a nível internacional, mas esta não será a melhor altura, pois o risco e a incerteza são potencialmente mais elevados em época de crise económica e financeira.

É uma realidade que um dos obstáculos à criação de um negócio empreendedor está relacionado com questões financeiras, pois, criar uma empresa requer um investimento significativo, principalmente nas áreas ligadas à inovação.²⁸

Ainda na questão do *ser ou não empreendedora*, quando interpelada uma entrevistada, esta responde:

“Eu empreendedora?...Uhm....Se considerarmos que tenho como mãe que, com a idade que tem, sabe o que quer trabalhar para o concretizar, e sabe que se falhar vai tentar novamente para dar certo. Então, ser empreendedora é realizar projetos sem nunca se saber o que pode acontecer no dia de amanhã” (E.1)

No que respeita à análise da necessidade de estas doutoras se tornarem criadoras dos seus próprios negócios por livre escolha ou imposição, a informação recolhida refere *“O interesse em trabalharem na área de formação académica, a valorização pessoal e profissional, o aumento da autoestima em ter algo reconhecido na sociedade, e a situação de desemprego”* (E.3, empreendedora com mais idade) e o *“assegurar a independência com o próprio emprego e gerar novos empregos na sociedade.* (E.3)

A expressão “gerar novos empregos” torna-se interessante em analisar, pois, como E.3 esteve desempregada durante um ano, viu-se, provavelmente, no dever de incluir socialmente e profissionalmente outras pessoas. Aliás, relembramos que um dos objetivos da criação de um negócio é precisamente a inclusão social, estratégia fulcral para os que se encontram, principalmente, no perfil de desempregado(a).

5.4. Família e trabalho: Outros entraves

A relação família - trabalho são duas vertentes inseparáveis na vida das mulheres. A gestão e a organização das tarefas do dia-a-dia das empreendedoras aumenta o número de investigações e estudos nas áreas das ciências sociais, de forma a compreender como as mesmas conciliam as suas atividades diárias. Nesta perspetiva, e questionadas sobre

²⁸ Um estudo encomendado pela DG - *Directorale-General* Empresas e Indústria (2008) - revelou os obstáculos enfrentados por potenciais empreendedoras mulheres. As investigações têm tido um papel fundamental na realização de várias ações que documentam nas diversas áreas de negócio independente que as mulheres continuam a subsistir a situações, como, desigualdade de pagamentos, desigualdade em lugares de tomada de decisão e desigualdade em género, em ações ditas externas. Disponível em <http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/>

o papel da família na relação com o negócio, todas as empreendedoras foram unânimes em responderem que tem o apoio incondicional e ter família não é um entrave para a conciliação do negócio (E.2 tem 3 filhos já adultos; E.1 tem família, não mencionou se tinha filhos, só referenciou a mãe). Apesar de não podermos considerar estas informações como um padrão, é de todo relevante aprofundar futuramente o estudo numa melhor compreensão e enquadramento às questões “outros entraves” na relação família – trabalho.

Aliás, expressões como as que se seguem ajudam a perceber que se, por um lado, a família não é entrave, pois é *“tudo uma questão de gestão de tempo”* (E.1 e E.2); por outro lado, contrariando os testemunhos das empreendedoras anteriores, mas também pelo facto de não ter constituído família, E.3 expressa que *“tem sido um incentivo à concretização das ideias de negócio”*. Para esta empreendedora a família seria um entrave na sua conciliação com o trabalho e, conseqüentemente, à conceção de novos negócios.

Em conformidade com o que foi dito pelas entrevistadas, no contexto família-trabalho, E.3 parece estar em sintonia com a visão de Warren (2004) ao vincar que as questões referentes à distribuição do lazer, família e trabalho da mulher demonstraram uma perda significativa do balanço da vida (...), pois não conseguem gerir tempo de família e tempo de trabalho (*apud*, Silva:2-3).

Nesta linha de ideias, e contrariando os testemunhos de E.1 e E.2, temos Bartolomé (2001) quando expressa que “o trabalho pode interferir na vida pessoal e, por isso é preciso que o indivíduo consiga administrar as dificuldades do trabalho, o que não acontece com as mulheres empreendedoras” (*apud*, Silva:6).

Relativamente aos efeitos do conceito *estereótipos de género*, é na passagem da vida académica para a vida profissional que está mais vinculado o dogmatismo de que a mulher não foi feita para “criar”. Aliás, os estereótipos de género estão padronizados há longa data, principalmente no seio das famílias, alimentando o pensamento (no caso das C&T) que as ideias e a criação de algo são feitos dos homens (Martin & Mullis, 2009).

Numa sociedade um pouco mais liberta de preconceitos culturais, mas ainda muito patriarcal, as empreendedoras E.1 e E.2 dizem *“este não ser o principal problema”*, já

E.3 respondeu que *“apesar de poucas as diferenças, ainda existem, principalmente quando expressam a vontade de se tornarem independentes e criar o seu negócio”*.

Contudo, expressões como *“o homem não é o único criador e não sinto qualquer diferença em género, e na área”* (E.1), e *“não o sinto, estamos no séc. XXI e tenho a sorte de não ser muçulmana”* (E.2), parecem contrariar os estudos de vários autores.

É interessante a resposta de E.3 quando diz que *“os únicos preconceitos que encontrou em relação aos empresários, (e aqui generaliza o sexo, incluindo ela própria) foi o das pessoas que trabalham para as instituições do Estado”*. Assim sendo, o problema das sociedades é o *“das mentalidades que cresceram sem interesse pela inovação”* (E.1) ou a resposta *“o problema é cultural e as mentalidades precisam de se abrir”* (E.2) à nova sociedade do conhecimento.

No seguimento ao que as mesmas dizem ser os principais problemas quando pensam e/ ou criam uma empresa, todas foram unânimes em responder.

- Excessiva e complexa burocracia em empreender um negócio;
- Défice (ou a falta) de financiamento a áreas conceituadas como muito importantes no desenvolvimento dos países (alguns projetos muito inovadores ficam de fora por falta de verbas);
- Excessividade de impostos.

5.5. A visão das universidades à inovação

Relativamente à parte institucional das universidades e na perspetiva da Inovação, com respostas muito idênticas, as empreendedoras colocam diversos problemas quando atribuem às universidades portuguesas de estarem ainda longe da realidade de serem definidas como “empreendedoras”. A redução de apoios financeiros às universidades, agravado com a conjuntura económica que se vive atualmente, parece tê-las afastado dessa realidade. Aliás, os testemunhos realçam uma estagnação do ensino superior e, consequentemente, uma “paragem” cultural no tempo. As expressões das empreendedoras suportam isto mesmo.

“Muito fechados em si [as universidades], apesar de já começarem a abrir lentamente para o mundo empresarial. Mas também não podem ensinar o que não tem” (E.1)

“Afastadas da realidade [as universidades], existindo mesmo um desfasamento entre o mundo académico e o empresarial”, (E.3 e E.2). Aliás, um problema também das empresas (salvo exceções) que *“estagnaram no tempo e não inovarem.”* (E.3)

Neste sentido, acrescentam que, apesar de termos *“bom ensino”* (E.3), existem graves problemas a colmatar, na opinião de E.3 e E.1. que são:

- Alunos mal preparados no espírito empresarial;
- Professores sem experiência em negócios (eles próprios empreendedores);
- Valorizar os alunos no trabalho de campo (e não pela avaliação).

No entanto, há que considerar a ameaça da situação económica que se vive no país e aos “cortes” de financiamentos dos governos e das parcerias de empresas privadas. Nesta perspetiva, e lembrando o caso de Portugal, E.1 diz que *“apesar de funcionar a meio gaz, o país tem pouco para oferecer no fomento ao empreendedorismo de inovação, pois também não tem como financiar projetos”*. Licenciada em Química e Mestre em Biotecnologia, acrescenta que neste cenário *“são poucas as pessoas que arriscam a criar um negócio, pois, se por um lado não têm capital próprio para investir, por outro lado esta altura de crise não ajuda a incentivar as pessoas.”*

Duas das empreendedoras acrescentam que, *“apesar de o mercado português estar já melhor posicionado nas áreas das ciências e tecnologias”*. (E.2 e E.3), *“em género feminino”*. (E.2), *“Temos ainda muito caminho a percorrer, pois em termos de integração de mercado “as conquistas demoram mais que o previsto”* (E.2).

Face ao exposto, concluímos que, apesar de já existir uma pequena abertura das universidades portuguesas ao espírito de empreendedorismo, a falta de uma cultura científica e crítica não ajuda à transformação das mentalidades e consequentemente no desenvolvimento do país. As universidades portuguesas estão longe da realidade de “universidades empreendedoras” (salvo raras exceções) por três razões apresentadas pelas entrevistadas:

1. O atual panorama económico, financeiro e social do país, os apoios mais reduzidos, mesmo havendo vontade e capacidade por parte das academias;
2. O desfasamento que existe entre os mundos empresarial e universitário;
3. A falta de preparação de alunos e docentes no cultivo de uma educação e cultura científica de inovação no fomento do empreendedorismo.

Nesta linha de ideias, Azevedo (1983) defende o conhecimento como uma maior valia na construção da sociedade económica. Numa vertente humana, há quem defenda que os académicos não formados são amadores e, em geral, podem não ter condição de sobrevivência na competição, situação bastante comum (idem:385).

Desta forma, torna-se importante vincar que o(a) empreendedor(a), com conhecimento e formação académica, espírito investigativo e crítico, espírito de reflexão nas áreas do seu negócio, tem maiores potencialidades de sucesso no seu negócio e menor “atração” ao risco.

Considerações finais

Os desafios impostos pela globalização trouxeram às sociedades e, consequentemente, às universidades, empresas e governos a necessidade de apostar em ambientes de competitividade, sustentabilidade, crescimento e coesão social, princípios estes vinculados na Estratégia Europa 2020. A centralidade das crescentes exigências e controvérsias da sociedade aceleram a introdução de novos desafios que, no caso das universidades, passa pela criação e introdução de uma nova missão voltada ao desenvolvimento económico, humano e intelectual da sociedade. A vida dos povos e das regiões depende da capacidade das universidades de conseguirem integrar os indivíduos nas suas diversas formas de pensamento, produção e ação na sociedade.

Numa sociedade económica onde o conhecimento, através do ensino, da investigação, da reflexão e da crítica, é a base essencial para o desenvolvimento das regiões e dos países, é de todo relevante que chamemos as universidades para esta “missão”. Não abdicando dos seus princípios fundacionais, nem da sua dualista missão histórica e social, é necessário incluir no seu papel de educação a vertente empreendedora, preparando potenciais mentes criativas capazes de encontrar soluções para os problemas futuros das sociedades. As universidades, conceituadas como sendo por si só um potencial ambiente de investigação e inovação, são chamadas a contribuir e a fomentar no desenvolvimento e na inovação científica e tecnológica, numa maior competitividade e sustentabilidade económica das sociedades. A inteligência destas instituições está em conseguir conciliar um espaço de integridade humano e intelectual e equidade social, enquanto campo de estudo e de investigação, e produção de conhecimento. A sustentabilidade das universidades deve estar assente na satisfação de todos os envolvidos, nomeadamente, investigadores, docentes e estudantes, na boa gestão e organização institucional, na capacidade de alerta aos riscos que possam advir do processo de transformação e em relações de confiança, direta e/ ou indiretamente com os diversos *stakeholders*, especificamente, empresas, indústrias e governos.

O termo universidade contemporânea ou universidade empreendedora é sustentada na nova abordagem da chamada *terceira missão*, cujo objeto principal é agregar valor da inovação ao da ciência e tecnologia. Ao incorporar o termo inovação aos princípios tradicionais da universidade (educação e investigação), destacamos três aspetos fundamentais, nomeadamente, as exigências de interação e identificação induzidas pela

sociedade, o trabalho das empresas onde se realiza a inovação, o papel dos governos no processo de financiamentos, e políticas de incentivos ao empreendedorismo. Neste sentido, é importante que se fale do empreendedorismo e de todos os fenómenos que o envolvem, pois, como já referido, há necessidade de associar a trilogia entre ciência, tecnologia e inovação, na construção de uma sociedade de conhecimento e no aumento da competitividade, sustentabilidade económica e inclusão social dos países. O objectivo é ter cada vez mais empreendedores diplomados e/ ou pós-graduados, desempregados, com elevados conhecimentos em temáticas essenciais para o crescimento da economia e num vasto espaço de atuação, especificamente, o nacional e internacional. O ser empreendedor(a) é tido por muitos como uma possibilidade de entrar na vida ativa (principalmente as mulheres, grupo com maior taxas de desemprego e em menor número de empreendedores, comparativamente com os homens), através das diversas dinâmicas do fenómeno do empreendedorismo.

Ao longo desta investigação foram vários os autores que, ligados às áreas da sociologia, economia e educação, expressaram que o empreendedorismo, adormecido durante décadas, aparece agora como uma solução de inclusão profissional e social, como uma “imposição” na vida dos cidadãos, mas igualmente, como um fenómeno ligado às sociedades capitalistas contemporâneas e associado a grupos empreendedores de “elite”. É necessário incutir valores humanos e sociais, e princípios educativos e formativos, mas também, é relevante fomentar o espírito crítico e reflexivo, empreendedor face a um maior desenvolvimento da sociedade económica, social e cultural.

Neste momento, e refletindo sobre as conclusões a que chegámos a partir dos resultados obtidos das entrevistas realizadas junto às empreendedoras, importa lembrar que todas são diplomadas em áreas científicas de inovação e desenvolvimento. Assim sendo, existe uma maior capacidade e conhecimento na gestão e orientação do seu negócio e uma boa dinamização dos produtos e/ ou serviços, assim como uma menor tendência para “acolher” o fator risco. De acordo com os testemunhos recolhidos, podemos concluir que ser empreendedora é lutar pela concretização, ter espírito de aventura e procurar desafios, mas sobretudo, e estando potencialmente próximas do risco e da incerteza, é necessário ter conhecimentos sólidos das temáticas, saber coordenar e gerir negócios.

Em Portugal, e pelo facto de sermos um país pequeno, a questão regional na fomentação de empresas cujos serviços estão baseados em *spin-offs* académicos é fundamentalmente importante nos sectores das ciências e tecnologias. A criação de negócios regionais, próximos da comunidade e de outras empresas tem um impacto positivo na medida que são estes que servem os canais de “comunicação” ao desenvolvimento das regiões. Contudo a visão destes negócios deve trespassar fronteiras e sair para horizontes mais longínquos e internacionais. No entanto, o sucesso destas empresas só existe se houver também uma maior integração de parcerias entre as universidades, os governos e as empresas, principalmente pelo fluxo existente de financiamentos.

Segundo as respostas das três empreendedoras, a realidade é que apesar de já existir uma pequena abertura das universidades portuguesas ao espírito de empreendedorismo, a falta de uma cultura científica e crítica não ajuda à transformação das mentalidades e consequentemente à fomentação do empreendedorismo feminino. As empreendedoras referem que, as universidades portuguesas estão longe da realidade do verdadeiro conceito de “universidades empreendedoras”. Assim sendo, e face à centralidade do tema, torna-se necessário chamar a atenção do papel educativo e investigativo destas instituições, numa conjugação estratégica nacional e europeia, para promover, incentivar e estimular o empreendedorismo de inovação feminismo, no desenvolvimento da sociedade global do conhecimento. O processo de inovação das mulheres nas universidades deve envolver algumas perspetivas que podem fazer a diferença numa maior inclusão das mesmas em áreas conceituadas como sendo dos homens.

Atualmente, a missão das universidades pode estar fragilizada face à redução dos valores de financiamentos e, por tal, pode estar a afastar-se do seu papel social. Nesta realidade, é crucial que se implemente negócios empreendedores de carácter *spin-offs em áreas das ciências e tecnologias*, canais importantes para se fomentar o desenvolvimento. Neste ponto, as observações das empreendedoras são que as universidades portuguesas estão ainda longe da realidade de serem definidas como “empreendedoras”. Aliás, conforme já expresso pelas mesmas, a redução de apoios às universidades, agravado com a actual conjuntura económica, parece tê-las afastado dessa realidade. As universidades vivem um desfazamento entre o mundo académico e o empresarial, até porque, em termos culturais e ao longo dos tempos, os alunos e os próprios docentes e investigadores estão pouco mentalizados para esta nova missão das

universidades, aprender/ ensinar para empreender, respetivamente Desta forma, deve-se fomentar políticas em áreas prioritárias de investigação e inovação, proteger o registo de patentes e aumentar os financiamentos, principalmente nas mulheres diplomadas e/ ou desempregadas. Aqui, as políticas institucionais ao ensino superior nas áreas de transferência de tecnologia e o desenvolvimento de ambientes inovadores, como incubadoras, redes de inovação e *spin-offs* académicos, são fulcrais para criar as condições de um maior fomento ao empreendedorismo.

Face a um défice de empreendedores em género em Portugal e na União Europeia, principalmente nas áreas das ciências, engenharias e tecnologias, a intenção é aumentar a inclusão das mulheres diplomadas na disposição para criarem o seu auto emprego/ negócio ou empresa. As mulheres têm um elevado nível de potencial empreendedor, porém, e comparativamente com os homens, são as que enfrentam as maiores dificuldades na criação de um projeto de negócio. Segundo as empreendedoras, as questões de financiamento, a perceção de oportunidades de negócio, a resistência ao risco e a falta de uma mentalidade cultural da sociedade ao empreendedorismo feminismo, parecem ser os principais obstáculos à criação de um auto emprego.

As questões da relação e conciliação entre as vertentes família-trabalho, apesar de não podermos considerar estas informações como um padrão ao estudo, parece não ser um problema (pelo menos principal) destas empreendedoras. Aliás, é de todo relevante aprofundar futuramente o estudo numa melhor compreensão e enquadramento das questões “outros entraves” na relação família – trabalho, uma vez que nas respostas às questões vinculadas no guião foram superficiais e poucos conclusivas.

Finalmente, e apesar de Portugal e a União Europeia estarem em sintonia nas parcerias com empresas e universidades (e até com os próprios *media*), é necessário desenvolver políticas e estratégias de comunicação e informação capazes de incentivar o empreendedorismo nas áreas de inovação. Parece crer, e face à conjuntura económica vivida pelos países, que o empreendedorismo terá uma tendência de não retroceder o fenómeno, mas sim de o fazer caminhar a passos mais lentos.

Bibliografia geral

Azevedo, I.A. (1983), *A Relação Universidade-Empresa e a Pesquisa Tecnológica*. (coord. Marcovitch, J.), Administração em Ciência e Tecnologia, São Paulo: Edgard Blücher.

Audy, Jorge Nicolas & Morosini, Marília Costa (orgs.) (2006), *Innovation and Entrepreneurialism in the university*, Porto Alegre, EDIPUCRS. Disponível em <http://www.pucrs.br/edipucrs/inovacaoempreendedorismo.pdf> [Acedido em 17/12/2012]

Beck, Ulrich. (1999), *World Risk Society*, Cambridge, Polity press, UK.

Bernheim, Carlos Tunnermann & Chauí, Marilena de Sousa (2008), *Desafios da universidade na sociedade do conhecimento: cinco anos depois da conferência mundial sobre educação superior*, Paris: UNESCO, 2003, Brasília, Série de documentos ocasionais de forum da UNESCO, Disponível em <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001344/134422por.pdf>. [Acedido em 10/1/2013]

Bourdieu, Pierre (1999), *A Dominação Masculina*, Oeiras, Celta Editora.

Castells, Manuel A. (1999), *A Era da Informação: economia, sociedade e cultura*, Vol. 3, São Paulo, Ed. Paz e Terra.

Clark, Burton (2003), *Creating Entrepreneurial Universities*, Oxford: IAU Press – Elsevier Science Ltd.

Chamas, I. C. (2004), *Propriedade intelectual em instituições acadêmicas: aspectos gerenciais*, *Revista da ABPI*, nº. 70, maio/ junho 2004. Disponível em <http://www.abpi.org.br/biblioteca1.asp?ativo=True&linguagem=Portugu%EA&secao=Biblioteca&subsecao=Revista%20da%20ABPI>. [Acedido em 17/12/2012]

Comissão Europeia (2011), *Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe. Science, economy and society highlights 2010, Socio-economic Sciences and Humanities Science in Society*, Pictures Shutterstock, Printed in Belgium.

Comissão Europeia (2006), *Livro Branco sobre uma política de Comunicação Europeia*, Bruxelas.

Disponível em

http://europa.eu/documents/comm/white_papers/pdf/com2006_35_pt.pdf. [Acedido em 17/12/2012]

Comissão Europeia, (2003), *Green Paper – Entrepreneurship in Europe*, Bruxelas.

Disponível em http://europa.eu/legislation_summaries/other/n26023_en.htm. [Acedido em 10/1/2013]

Delors, J. (coord.). (1999), *Educação: um tesouro a descobrir; Relatório para a UNESCO da Comissão internacional sobre a Educação para o Século XXI*, UNESCO, Ed. Cortez, São Paulo

Drucker, Peter (1970), “Entrepreneurship in Business Enterprise”, *Journal of Business Policy*, Vol. 1.

Eisinger, Peter K. (1988), *The rise of the entrepreneurial state, State and Local Economic Development Policy in the U. States*, A Badger Reprint, Madison, The University of Wisconsin Press.

Ernest, Dieter & O’Connor, David (1989), *Technology Global Competition. The challenge for newly industrializing economies*, Paris, OCDE, Development Centre Studies.

Etzkowitz, Henry; Webster, Andrew; Gebhardt, Christiane & Traa, Branca (2000), *The future of the university and the University of the Future: evolution of history toward to entrepreneurial paradigm*, *Research Policy*, vol. 29, pp. 313-330.

Etzkowitz, Henry (2003), *Research Groups as Quasi-firms: The invention of the Entrepreneurial University*. *Research Policy*, Vol. 32, pp. 109-121.

Etzkowitz, Henry (1998), *The norm of entrepreneurial science: cognitive effects of new university-industry linkage*, Research Policy, Vol. 27, pp. 823-833.

Etzkowitz, Henry & Leysdorf, Loet (1997), *Universities and the Global Knowledge Economy*, A Triple Helix of University-Industry-Government, Londres, Ed. Pinter.

Filion, L. J. (1991), "O planeamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações". Revista ERA, *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, Vol. 31 (3): 63-71.

GEM, (2010), The Global Entrepreneurship Monitor Portugal – Estudos sobre o empreendedorismo 2010.

Disponível em www.empreender.aip.pt/irj/go/km/.../GEM_Portugal_Final.pdf
[Acedido em 17/4/2013]

Gibb, Allan (2007), *Enterprise in Education. Educating tomorrows entrepreneurs*, Pentti Mankinen, Durham University.

Hitt, Michael A; Ireland, R. Duane; Camp, Michael & Sexton, Donald L. (2001), *Strategic entrepreneurship: entrepreneurial strategies for wealth creation*, Strategic Management Journal, J. Wiley & Sons, Ltd.

Jack, Sarah L. e Anderson, Alistair R. (1999), *Entrepreneurship education within the enterprise culture, Production reflective practitioners*, Centre for Entrepreneurship, University of Aberdeen, UK. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 5, nr. 3, MCB University Press, pp.110-125.

Jornal de Negócios (2013), Lisbon Big Apps "Do que precisam as Star-ups portuguesas para vingar". Semanário 10 a 16 de Abril 2013, pp. 12
Disponível em <http://www.jornaldenegocios.pt/economia.html>. [Acedido em 17/3/2013]

Kobi, Jean-Marcel e Wuthrich, Hans (1991), *Culture d' Entrepris, Modes d' action, diagnostic et intervention*. Paris, Nathan.

Lima, Licínio C. (2012), *Aprender para ganhar, conhecer para competir: sobre a subordinação da educação na “sociedade da aprendizagem”*, Cortez Editora, S. Paulo, Coleção questões da nossa época, Vol. 41, pp. 9-27

Disponível em

<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/19925/1/Aprender%20para%20ganhar,%20conhecer%20para%20competir.pdf>. [Acedido em 10/2/2013]

McClelland, D. C. (1972), *A sociedade competitiva: realização e progresso social*, Rio de Janeiro, Expressão e Cultura.

Marcovitch, Jacques (2002), *La universidad (im)possible*, Madrid, Cambridge University Press.

McLuhman, Marshal (1969), *O meio é a mensagem*. Ed. Record. Tradução: Ivan Pedro de Martins.

Marques, Ana Paula & Moreira, Rita (2011), *Transição para o mercado de trabalho: empreendedorismo numa perspectiva de Género*, XIV Encontro Nacional de Sociologia Industrial, das Organizações e do Trabalho, Emprego e coesão social: da crise de regulação à hegemonia da globalização, Lisboa, 26 e 27 de Maio de 2011, pp.432-451

Disponível em

<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/17766/1/Transi%C3%A7%C3%A3o%20para%20o%20mercado%20de%20trabalho.pdf>. [Acedido em 12/12/2012]

Marques, Ana Paula (2006b), *Qualificações e competências, Para uma perspectiva crítica*, nRede, Boletim Informativo, Rede Europeia Anti-pobreza (REAPN), Núcleo Regional do Norte, Porto, pp-6-8

Disponível em <http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/rpe/v22n2/v22n2a05.pdf>. [Acedido em 12/12/2013]

Martin, M. & Mullis, I. (2009), *Findings from IEA's Trends in International Mathematics and Science Study at Fourth and Eighth Grade*. Boston, TIMSS e PIRLS International Study Center.

Ministério da Segurança Social e do Trabalho (2003), *Avaliação do Impacto da Estratégia Europeia para o Emprego em Portugal – Políticas activas para a empregabilidade*”, Colecção Cogitum nº 2, Lisboa, Departamento de Estudos, Prospectiva e Planeamento.

Moreira, Helena Rita Gonçalves M. (2009), *Mobilidade e Empreendedorismo no ensino Superior: o caso das Ciências Sociais* (Tese de Mestrado), Instituto de C.S., Universidade do Minho.

Nonaka, Ikujiro (2000), *A empresa criadora de conhecimento*, In: REVIEW, Harvard Business (Org.) *Gestão do Conhecimento*, 8ª edição, Rio de Janeiro: Campus, pp- 27-49

Perez, M. P. e Sánchez, A. M. (2003), *The development of University Spin-offs: early dynamics of technology transfer and networking*, Technovation, vol. 23, pp. 823-831

Disponível em

http://www.abepro.org.br/bibliotec/ENEGETP2005_Enegetp0801_1357.pdf [Acedido em 21/2/2013]

Portela, José (coord.); Hespanha, Pedro; Nogueira, Cláudia; Teixeira, Mário; Batista, Alberto (2008), *Microempreendedorismo em Portugal: experiências e expectativas*, Lisboa: INSCOOP.

Ramalho, Maria do Rosário Palma (2004). *Igualdade de Género e direito Comunitário – Notas Breves*. Ex æquo. Nº. 10, pp. 51-60.

Disponível em

http://www.scielo.oces.mctes.pt/scielo.php?pid=S0874-55602009000100011&script=sci_arttext [Acedido em 21/2/2013]

Rodrigues, M. J. (2004), *A Agenda Económica e Social da União Europeia – A estratégia de Lisboa*, Publicações D. Quixote, Lisboa.

Ruquoy, Daniel (1997), “Situação de entrevista e estratégias do entrevistador”. In Albarello, Luc et al., *Práticas e métodos de investigação em ciências sociais*, pp. 84-116, Lisboa, Edições Gradiva.

Sáenz, Tirso W. & Capote, Emílio García (2002), *Ciência, Inovação e Gestão tecnológica. Brasília: CNI/ SESI/ SENAI/ IEL.*

Schumpeter, Joseph A. (1997), *Ten Great Economists – From Marx to Keynes*. An introduction by Mark Perlman. U. Kingdom, Routledge London.

Schumpeter, Joseph A. (1996), *The Theory of Economic Development*. (With a New introduction by J. E. Elliot), New Brunswick, USA, Transaction Publishers.

Schumpeter, Joseph A. (1991) *The Economics and Sociology of Capitalism* (Edited by Richard Swedberg), New Jersey, Princeton University Press.

Scott, Joan W. (1990), "Gênero: uma categoria útil de análise histórica", *Educação e Realidade*, Porto Alegre, v. 16, n. 2, p. 5-22, jul./dez.

Disponível em

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000146&pid=S0104-026026X200800010001800039&lng=en. [Acedido em 12/12/2012]

Silva, Juliana Vieira Almeida (2006), *A relação trabalho e família de mulheres empreendedoras. Revista Perspectivas Contemporâneas Campo Mourão*, Vol. 1, nr. 1, Jan./ Jul., 2006, Universidade Regional de Blumenau-SC, pp.1-18

Disponível em

<http://revista.grupointegrado.br/revista/index.php/perspectivascontemporaneas/article/view/355/163>. [Acedido em 13/3/2013]

Vargas Llosa, Mário (1985), *Contra vento e maré*, Francisco Alves, Ed. Rio de Janeiro

ANEXOS

Anexo 1.

Guião de entrevista

Guião de entrevista

Nesta entrevista visa-se aprofundar e compreender as principais motivações, obstáculos/ oportunidades, representações e projetos futuros de mulheres envolvidas numa atividade empreendedora nas áreas de I&D - Inovação e desenvolvimento.

Início

- Descrever ramo/ atividade da empresa, nome e local
- Onde e que tipo de programa/ medida de apoio recorreu
- Data de início da atividade

1. Antecedentes à implementação do projeto

Como surgiu a ideia de implementar negócio empreendedor?

Não esquecer focar os seguintes pontos:

- Situação profissional (procura primeiro emprego, desempregada, empregada).
- Se desempregada, há quanto tempo durava a situação?
- Motivações para ser empreendedora (ser independente, convite de alguém/ amigo, negócio familiar, ter descoberto um potencial negócio, ideia de enriquecimento ou segurança económica, espírito de aventura, etc.)
- Fatores desmotivadores que possam ter ocorrido: próprio, familiares, amigos, económicos), caso se aplique
- Contactos institucionais preliminares na ajuda da consolidação do projeto?
- Quais os recursos (materiais e imateriais) iniciais existentes? O capital, o património, facilidade de crédito; conhecimentos estratégicos, redes familiares/ sociais, etc.

2. Expectativas quando da concretização do projeto?

- Os recursos que pensava utilizar
- As dificuldades a superar

3. Situação atual do projeto?

- Sucesso – o que resultou melhor - pontos fortes
- Insucesso – o que não resultou - pontos fracos
- Repercussões a vários níveis (se alterou, melhorou, ou piorou)
- Expetativas futuras/ o que pensa fazer para melhorar negócio? (alargamento a nível nacional e/ ou internacional, etc.).

4. Como define o *Empreendedor(ismo)*?

4.1. Vê-se como uma mulher empreendedora?

- Se sim, quais os traços que mais distingue o empreendedorismo e uma mulher empreendedora. Se não, o que lhe falta para que seja empreendedora.

4.2. Considera que há diferenças em ser empreendedora (mulher) numa sociedade ainda muito conceituada como patriarcal. Ou seja, a ideia que o “Homem” é que cria?

4.3. Como vê as expressões do empreendedorismo e a sua representação nas áreas inovadoras das ciências e tecnologias nos dias de hoje?

- Considera que Portugal está bem posicionado?
- Há diferenças por género nessa área?
- O que explica, na sua opinião, a situação atual? (explorar com os fatores de política de ciência, o nr.º insuficiente de graduados/ doutorados nessas áreas, pouco investimento por parte das empresas, estereótipos e valores dominantes).

4.4. Que valores sociais tem associado ao facto de ser empreendedora?

- Vincar três situações aqui: *valorização académica, pessoal e profissional*

5. Considera que as universidades estão afastadas das empresas, ou mesmo, estão com um ensino/ formação “inadaptados” ao incentivo do empreendedorismo (principalmente nas mulheres e nas áreas das ciências e tecnologias). Concorda/ discorda, e porquê?

4. Que propostas poderia apresentar para que as Universidades fomentasse o empreendedorismo? (explorar os aspetos mais relevantes da educação superior para o empreendedorismo)

5. Face à presente conjuntura económica (nacional, europeia, mundial), que ameaças e oportunidades podem aparecer ao desenvolvimento de uma política de “empresa empreendedora”?

6. Opiniões/Propostas, baseadas na sua experiência:

- O que ainda pode ser incrementado, a nível nacional e/ ou europeu, de forma a facilitar e motivar o empreendedorismo nas C&T e em género.

Breve apresentação da entrevistada

- Nome, idade, curso universitário, outras formações académicas, vida pessoal (casamento (ou outro estado civil), filhos), outras experiências profissionais.

- A sua vida pessoal foi e, ou é, uma “dificuldade” ou um incentivo à concretização da ideia de negócio?

- No desenvolvimento de um negócio empreendedor como concilia a organização de negócio versus organização vida familiar? (distribuição das tarefas familiares pelo agregado, subjugação de horas de vida familiar à profissional, ressentimento e cobrança por parte da família, ou pelo contrário, redes de apoio e suporte, etc.)

- Tem projetos futuros profissionais pretende ainda desenvolver (identificar quais os projetos, que fatores de condicionamento existem para a sua concretização, que diligências pensa realizar, etc.)

Obrigado pela vossa colaboração!